

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปมาก เมื่อเปรียบเทียบกับในอดีตเมื่อ 20-30 ปี ที่ผ่านมา ที่เป็นเช่นนี้ เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจและการเมืองที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการแข่งขันกันทางการค้า และ โลกปัจจุบันเป็นของยุคข้อมูลข่าวสารที่หลั่งไหลเข้ามา ทำให้คนไทยโดยเฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำเป็นต้องปรับตัวในการดำเนินชีวิตที่เต็มไปด้วยการแข่งขันค่อนข้างสูง การบีบคั้นในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการทำงาน จึงทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิธีคิด วิธีทำงาน และวิธีบริหารจัดการใหม่ เพื่อความอยู่รอด และสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ ดังนั้นทุกองค์กรจึงต้องมีการวางแผนใช้คนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้นี้ เป็นกระแสของสังคมโลกที่เรียกว่า ยุคโลกาภิวัตน์ (globalization) ทุกสิ่งทุกอย่าง กำลังถูกปรับให้เป็นรูปของนานาชาติ (internationalized) หรือเป็นมาตรฐานเดียวกัน (standardized) เพื่อลดปัญหาในการผลิตและการให้บริการร่วมกัน จากสาเหตุที่กล่าวมานี้ ทำให้ทุกธุรกิจต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ซึ่งส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในทุกแห่งของโลก ที่มีความจำเป็น ต้องปรับเปลี่ยน โดยเฉพาะในด้านการบริโภคและการให้บริการ จะเห็นว่าในปัจจุบันนี้ มีการเคลื่อนตัวของการให้บริการในด้านอาหาร ดังเช่น อาหารไทยหลากหลายประเภท ได้กระจายไปในต่างประเทศมากมาย จนเกือบทั่วทุกมุมโลก ขณะเดียวกันอาหารที่มาจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นจาก ยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี เวียดนาม กลุ่มประเทศอาหรับ และจีน ก็เข้ามาในตลาดอาหารของประเทศไทย เป็นการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะทุกชาติต่างก็เข้าไปสู่โลกยุคโลกาภิวัตน์ ที่ถูกบีบด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยและ

การค้าเสรี จึงทำให้ต้องดิ้นรนและมีการปรับตัวกันอย่างมาก เพื่อให้อยู่ในระดับต้น ๆ ของตลาดให้ได้ และเช่นเดียวกับธุรกิจอาหารจานด่วนในประเทศไทย ซึ่งรวมถึงร้านอาหารไทย ญี่ปุ่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา จีน ต่างก็ขยายตลาด เพื่อเสนอตัวบริการด้านอาหารให้แก่คนไทย จึงต้องมี การปรับตัวอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากร (resource acquisition) ประสิทธิภาพ (efficiency) ผลผลิต (production or output) การประสานงาน (rational coordination) การยืดอายุ และการปรับตัวขององค์กร (organizational renewal and adaptation) การผสมกลมกลืน (conformity) และความพึงพอใจของผู้อุปถัมภ์ (consistency satisfaction) เพื่อตอบสนองผู้บริโภค (ตุลา มหาวสุวานนท์, 2545, 139-140) การบริการด้านอาหารนั้น จะบริการแค่รสชาติอาหารที่ถูกปาก และอร่อยอย่างเดียว นั้นในปัจจุบันนี้คงอยู่รอดได้ยาก เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการการบริการที่มีความสะดวก รวดเร็ว จึงจะเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก ดังนั้นการแข่งขันทางธุรกิจที่มุ่งแต่จะเพิ่มยอดขาย หรือเพิ่มส่วนแบ่งทางตลาดให้สูงขึ้นเพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึงความสัมพันธ์ของลูกค้า จึงเป็นความคิดที่แคบสำหรับตลาดในยุคตลาดโลก (global market) เพราะไม่เพียงแต่จะเปิดช่องโหว่ให้คู่แข่งสู้ได้ง่ายแล้ว ยังเป็นการปิดโอกาสการเติบโตทางธุรกิจของตนเองอีกด้วย

ในปัจจุบัน ธุรกิจเกือบทุกประเภทและทุกขนาด มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและจริงจังในรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อรักษาสถานภาพและโอกาสในการก้าวหน้าของตน จึงมีการเน้นการพัฒนาทางด้านทรัพยากรบุคคล และเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ที่ล้ำหน้าคู่ต่อสู้หรือคู่แข่งอยู่เสมอ ยิ่งในธุรกิจด้านอาหารและภัตตาคารในปัจจุบัน ยังมีการแข่งขันกันสูง ที่เห็นชัดเจนคือ การบริการ (service) และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (human resource development) ที่จัดได้ว่าเป็นทรัพยากรหลักของการดำเนินธุรกิจทุกชนิด ผู้บริหารจะต้องตระหนัก และเข้าใจถึงความต้องการ (need) และความคาดหวัง (expectation) ของผู้ใช้บริการที่หวังจะได้รับคือ สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง (high quality of goods and service) ซึ่งความคาดหวังทั้ง 2 ประการนี้เป็นกระบวนการในการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละบุคคล ในการที่จะเลือกใช้บริการหรือไม่ใช้บริการ ดังนั้น การบริการ จึงต้องเป็นการให้บริการที่ดี และมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจผู้ใช้บริการหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ การให้บริการสามารถ

กระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อ หรือภายหลังการติดต่อจากผู้ให้บริการ ซึ่งการบริการที่ดี จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้เข้ามาใช้บริการเกิดความเชื่อถือ สรรพภาพพึงพอใจ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ซึ่งจะส่งผลในการกลับมาใช้บริการอีกในโอกาสหน้า เพราะว่าพฤติกรรมของมนุษย์ย่อมมีสาเหตุมาจากความพึงพอใจ และความพึงพอใจเป็นสภาวะที่มีการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม นั่นคือเป็นสิ่งที่ช่วยให้บุคคลได้รู้จักการสังเกตและตัดสินใจ ซึ่งเป็นความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธที่มีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง ด้วยพฤติกรรมที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจออกมา ที่ทำให้เกิดการกระทำซ้ำอีก (Norman, 1971, p. 77) ดังนั้น พฤติกรรมทั้งหลายล้วนมีสาเหตุมาจากโครงสร้างความต้องการของบุคคล พฤติกรรมหรือการแสดงออกของมนุษย์ ล้วนมีอิทธิพลมาจากแรงจูงใจ ที่บุคคลกระทำเพื่อสนองความต้องการของตนดังที่ตนคิด บุคคลมักจะกระทำสิ่งต่าง ๆ ตามความคิดตามความต้องการ และตามความพึงพอใจของตนเองเป็นส่วนใหญ่ (วินิจ เกตุขำ, 2535, หน้า 2) ในการให้บริการที่ดี จึงจำเป็นต้องพัฒนายุทธวิธีการให้บริการแก่ลูกค้า ทั้งภายในและภายนอก และการให้บริการที่ดีย่อมก่อให้เกิดผลต่อองค์กรในที่สุด ซึ่งในการให้บริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอและประทับใจนั้นจะส่งผล หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการซ้ำอีก และเป็นลูกค้าประจำ ลูกค้าคือหัวใจที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจร้านค้าหรือภัตตาคาร เพราะกิจการจะยืนหยัดอยู่ได้และมีผลกำไร ก็ต่อเมื่อมีลูกค้ามาใช้บริการอยู่เสมอ การมีลูกค้าเพิ่มขึ้น หรือมีลูกค้าประจำนั้น เกิดขึ้นมาจากคุณภาพการบริการของพนักงานต่อการให้บริการลูกค้า การบริการอาหารและเครื่องดื่ม นับเป็นส่วนสำคัญมากอย่างหนึ่งของห้องอาหารและภัตตาคารทั่ว ๆ ไปรวมทั้งห้องอาหารที่ให้บริการตามโรงแรมชั้นหนึ่งด้วย ทั้งนี้เพราะว่า ห้องอาหารหรือภัตตาคารใด แม้ว่าจะมีผู้ประกอบอาหารที่มีฝีมือดีก็ตาม แต่ถ้าห้องอาหารหรือภัตตาคารนั้น ๆ มีการบริการของพนักงานไม่ดีพอ ก็อาจจะทำให้ห้องอาหารหรือภัตตาคารนั้นมีผู้มาใช้บริการน้อย ซึ่งบางครั้งอาจเป็นสาเหตุที่จะทำให้ห้องอาหารหรือภัตตาคารนั้น ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ถึงกับต้องเลิกกิจการไป แต่ถ้าหากว่าห้องอาหารหรือภัตตาคารนั้น มีการบริการที่ดีและสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการ แม้ว่าห้องอาหารหรือภัตตาคารนั้น จะมีผู้ประกอบ

อาหารหรือฝีมือปานกลางหรือไม่ดีนัก ก็อาจจะทำให้ห้องอาหาร หรือภัตตาคารนั้นสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ และอาจจะประสบความสำเร็จในกิจการนั้นได้ ตรงตามวัตถุประสงค์ของการประกอบธุรกิจที่มีเป้าหมายหลักทางด้านกำไร การจัดหาสินค้าที่หลากหลายและการบริการที่ดี เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่พวกเขาได้รับ เมื่อนั้นการซื้อหรือการใช้บริการจะเพิ่มมากขึ้นและบ่อยครั้งขึ้น รวมทั้งยังมีการบอกต่อไปยังบุคคลใกล้ชิดอีกด้วย

การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเองไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค หลักในการให้บริการนั้น ต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ โดยดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความสะดวกสบาย ไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มีความชอบพอ (กุลธนา พงศธร, 2535, หน้า 10) นอกจากนี้ จักรพันธ์ จันทรัมย์ และมนิสร่า เจนวิทยาพันธ์ (2553) ได้ศึกษาจิตวิทยาการให้บริการอย่างมีคุณภาพ คือสิ่งที่ลูกค้าทุกคนต้องการและความหมายของคำๆ นี้ผู้ให้บริการทุกคนจำเป็นต้องเข้าใจอย่างถ่องแท้ เพื่อจะได้ตอบสนองสิ่งนี้ให้แก่ลูกค้าได้อย่างตรงเป้าหมาย ซึ่งจะต้องครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น ให้บริการแก่ลูกค้าอย่างสอดคล้องกับความต้องการของเขา โดยให้ในสิ่งที่เขาต้องการ ในเวลาที่เขาต้องการ และในแบบที่เขาต้องการ มีระดับความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้าอยู่ในเกณฑ์สูง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้วอยู่ในเกณฑ์สูง

ในโลกยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นโลกของข้อมูลข่าวสารและความทันสมัย ธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถทำกำไรให้กับผู้ประกอบการ

ได้อย่างมหาศาลก็คือธุรกิจบริการนั่นเอง ผลของเทคโนโลยีและความเปิดกว้างทางการค้า ทำให้อุตสาหกรรมบริการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดึงดูดผู้ประกอบการจำนวนมาก เข้าสู่ธุรกิจ เมื่อผู้ประกอบการสร้างธุรกิจขึ้นแล้ว เขาย่อมต้องการบุคลากรเพื่อมาปฏิบัติงาน ให้บริการลูกค้า ผู้ที่กำลังจะเตรียมตัวเข้าสู่ตลาดแรงงานในธุรกิจบริการ หรือผู้ที่ปฏิบัติงาน ในอุตสาหกรรมนี้อยู่แล้ว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจ “การบริการ” ในมุมมองที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากขึ้น

ดังนั้น อาจกล่าวสรุปได้ว่า ธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างค่อนเนื่องและรวดเร็ว การเข้าถึงข้อมูล และการบริการที่ประทับใจ อาจเปรียบได้กับบุญแก่ที่สำคัญที่สุดที่จะ ไขไปสู่ประตูแห่งความสำเร็จ ในระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจเพียงดอกเดียวคือการ ให้บริการอย่างมีคุณภาพ การให้บริการโดยทั่ว ๆ ไปมีอยู่ 3 แบบ คือ บริการที่ดี บริการ แบบพื้น ๆ และบริการที่ไม่เต็มใจบริการ การให้บริการแบบพื้น ๆ และบริการที่ไม่เต็มใจ บริการ เราสามารถเห็นได้เป็นปกติธรรมดา แต่บริการที่ดีนั้นหาได้ยากและหากต้องการ รับประสบการณ์ที่ดีจากบริการที่ยอดเยี่ยมเป็นเลศยิ่งหาแทบไม่พบ ทั้ง ๆ ที่นักขายและ ผู้ให้บริการทุกคนต่างรู้ดีว่า สิ่งที่ถูกค่าปรารถนา คือ การบริการที่ดีและมีคุณภาพ และ จะเห็นได้ว่าการจะสร้างคุณภาพบริการให้ได้มาตรฐานจนเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้าไม่ได้ เป็นเรื่องบังเอิญสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า “การบริการที่ดีและมีคุณภาพ นั้นมิได้เกิดขึ้น เพราะอุบัติเหตุ แต่จะเกิดขึ้นได้ด้วยความตั้งใจอย่างจริงจังเท่านั้น” และหากเปรียบเทียบ ความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการกับคุณภาพ สินค้าก็จะเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้นว่าคุณภาพ บริการสร้างได้ยากกว่า

คำถามในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีโดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของ พนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน มีคำถามในการวิจัย ดังนี้

1. คุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน มีองค์ประกอบอะไรบ้าง

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีองค์ประกอบอะไรบ้าง มีวิธีการ และขั้นตอนอย่างไร
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทำให้พนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน มีคุณลักษณะการบริการที่ดีเพิ่มขึ้นหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีโดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะของการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน
2. เพื่อสร้างสื่ออบรมอิเล็กทรอนิกส์เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน
3. เพื่อประเมินสื่ออบรมอิเล็กทรอนิกส์เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน โดย
 - 3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยความรู้ ทักษะ และความสามารถระหว่างคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรมกับหลังสิ้นสุดการอบรมทันที
 - 3.2 ประเมินคุณลักษณะการบริการที่ดีโดยการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ระหว่างคะแนนเฉลี่ยหลังสิ้นสุดการอบรมทันที และหลังจากการอบรมไปแล้ว 12 สัปดาห์

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีโดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน มีสมมติฐาน ดังนี้

1. ตัวแปรที่ศึกษาสามารถจัดองค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน

2. ได้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงาน
กลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน

3. หลังการทดลองการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้ การพัฒนาคุณลักษณะการบริการ
ที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน เพิ่มขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการศึกษาเรื่องการพัฒนาคุณลักษณะ
การบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน ผู้วิจัยได้กำหนด
ขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. กำหนดองค์ประกอบของคุณลักษณะของการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่ม
ทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะ
การบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน

2. สร้างสื่ออบรมอิเล็กทรอนิกส์เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีของ
พนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน

3. กำหนดแบบแผนการทดลองเพื่อการประเมินสื่ออบรมทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อ
พัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน
โดยมีขั้นตอน คือ ใช้แบบแผนการทดลองและประเมินแบบกลุ่มเดียววัดก่อนและ
หลังการทดลอง (the one group pre-test, post-test design)

	S_{EX}	O_1	X	O_2	O_3
เมื่อ					
S_{EX}	หมายถึง การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลอง				
O_1	หมายถึง คุณลักษณะการบริการที่ดีของกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานกลุ่ม ทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชนก่อนการทดลองโดยผู้บังคับบัญชา ของพนักงานกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประเมิน				
X	หมายถึง สื่ออบรมทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดี ของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน				

- O₂ หมายถึง คุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์
ในภาคธุรกิจเอกชนหลังจากจบการทดลองโดยผู้บังคับบัญชาของ
พนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประเมิน
- O₃ หมายถึง คุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์
ในภาคธุรกิจเอกชนหลังจากการวัด O₂ ผ่านไป 12 สัปดาห์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน มีนิยามศัพท์ดังนี้

1. คุณลักษณะการบริการที่ดี หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรม อันหมายถึง ความรู้ ทักษะ และความสามารถของนักทรัพยากรมนุษย์ที่กำหนดขึ้นเพื่อหล่อหลอม ค่านิยมและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ร่วมกัน เพื่อการบริการของบุคลากรในการสนองตอบ ความต้องการของผู้รับบริการที่เกี่ยวข้องให้เกิดความพึงพอใจซึ่งสามารถวัดผลได้จาก เครื่องมือวัด และการสังเกตพฤติกรรมจากผู้บริการ มีองค์ประกอบ 22 ด้าน ได้แก่ ด้าน ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านการคิดเชิงวิเคราะห์ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใส่ใจในเรื่องการบริการที่ดี ด้านการรับฟังอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านความรู้ความเข้าใจในองค์กร ด้านความสามารถในการพลิกแพลง ด้านการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ ด้านอดทนต่อความกดดัน ด้านทักษะการสานต่อวิสัยทัศน์ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น ด้านสร้างเครือข่าย ด้านการควบคุมตนเอง ด้านความสามารถด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ ด้านทัศนคติและบุคลิกภาพ ตามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น

2. องค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดี หมายถึง ส่วนประกอบที่ร่วมกันเป็นคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชนที่วิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการบริการ

ที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน แล้วใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) ในการกำหนดองค์ประกอบของคุณลักษณะในการบริการที่ดี

3. สื่ออบรมอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การผสมผสานสื่อหลากหลายรูปแบบเพื่อนำเสนอผ่านระบบคอมพิวเตอร์ที่ได้รับการบันทึกไว้บนแผ่นซีดี จะประกอบด้วยข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือวีดิทัศน์ และเสียงเป็นองค์ประกอบหลัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรอบแบบบทเรียน ส่วนเสียงนั้นจะใช้ทั้งเสียงจริง เสียงบรรยาย และอื่น ๆ ที่เหมาะสมโดยทั้งหมดนี้จะถ่ายทอดผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง คือผู้เรียนมีส่วนร่วมรับผิดชอบ ควบคุมการเรียนรู้และปรับปรุงการเรียนรู้ของตนเองในแต่ละขั้นตอนของการทดลองรวมถึงแสดงผลการทดลองที่ถูกต้อง โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบที่มีเกม การสร้างสถานการณ์กรณีศึกษาในรูปแบบของแผ่นซีดี เข้ามาช่วยเสริมให้กับผู้เข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มขององค์ประกอบ 11 ด้าน เป็น 3 ด้านใหญ่คือ (1) ด้านความรู้ (knowledge) ประกอบด้วยด้านความรู้ความเข้าใจในองค์กรเพื่อการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการคิดวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ (2) ด้านทัศนคติ (attitude) ประกอบด้วย ด้านการมุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อความสำเร็จ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้าเพื่อให้บริการที่มีคุณภาพ ด้านความอดทนรับผิดชอบต่องาน (3) ด้านความสามารถ (practice) ประกอบด้วย ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านการบริหาร ภาวะผู้นำ ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น และด้านความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มความรู้ ทัศนคติ และความสามารถในการปฏิบัติงานให้กับพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

4. การประเมิน หมายถึง การนำสื่อการฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์เรื่องคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน ไปทดลองใช้กับพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ ของบริษัทเอกชนที่เป็นบริษัทที่ให้บริการอาหารจานด่วน (Quick Service Restaurants) ในประเทศไทย โดยใช้รูปแบบการทดลองแบบวัดกลุ่มเดียว วัดก่อนและหลังการทดลอง (the one group pre-test, post-test design)

5. พนักงานในภาคธุรกิจเอกชน หมายถึง พนักงานในบริษัทเอกชนซึ่งมีธุรกิจบริการอาหารจานด่วนในประเทศไทย ที่รับบริการจากพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์จำนวนรวมทั้งสิ้น 35,192 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 9 กรกฎาคม 2553) ได้แก่

บริษัทเอกชน	จำนวนพนักงาน (คน)
5.1 Chester's Food Company Limited	2,090
5.2 MK Restaurant Company Limited	12,250
5.3 Oishi Group Company Limited	4,298
5.4 S&P Syndicate Public Company Limited	5,380
5.5 The Pizza Company Limited	4,507
5.6 Swensen's (Thailand) Company Limited	2,645
5.7 SLRT Company Limited	2,188
5.8 Dairy Queen (Thailand) Company Limited	1,228
5.9 Burger King (Thailand) Company Limited	500
5.10 The Coffee Club (Thailand) Company Limited	106

ประโยชน์ที่จะได้รับ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีโดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน ประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนี้

1. ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับองค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ที่จะนำไปใช้สำหรับการประเมินการพัฒนาคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน
2. ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับสื่ออบรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาคุณลักษณะของการบริการที่ดีสำหรับไปใช้การพัฒนาพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชน

3. บริษัทเอกชนอื่น ๆ สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้พัฒนา
คุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ต่อไป