



การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีน
ของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ไพรทูล บุญศรี

คุณูปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาททรัพยากรมนุษย์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีน
ของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ไพโรทล นุญศรี

คุณูปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนารับยากรรมมนุษย์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

DEVELOPMENT OF A TRAINING PROGRAM TO ENHANCE THE QUALITY
OF SERVICE FOR CHINESE GUESTS AT A HOTEL IN BANGKOK



PAITON BOONSRI

A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR DOCTOR DEGREE OF PHILOSOPHY

IN HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT

FACULTY OF EDUCATION

BURAPHA UNIVERSITY

2025

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมคดียุติพันธุ์และคณะกรรมการสอบคดียุติพันธุ์ได้พิจารณาคดียุติ
พันธุ์ของ ไพรทูล บุญศรี จบนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลมนุษย ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมคดียุติพันธุ์

คณะกรรมการสอบคดียุติพันธุ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์
วัฒนา)

..... ประธาน

(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.จำเนียร จวงตระกูล)

..... กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศญาญ ชีระวนิชตระกูล)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์
วัฒนา)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศญาญ ชีระวนิชตระกูล)

..... กรรมการ

(ดร.จินดาภา ลีนิวา)

..... กรรมการ

(ดร.ไพรินทร์ ทองภาพ)

..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. ศญาญ ชีระวนิชตระกูล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับคดียุติพันธุ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลมนุษย ของมหาวิทยาลัย
บูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทวัส แจ่มเยี่ยม)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

65810045: สาขาวิชา: การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์; ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์)

คำสำคัญ: โปรแกรมฝึกอบรม/ ลูกค้าชาวจีน/ การบริการ/ 70: 20: 10 Model/ โรงแรม

ไพรทูล บุญศรี : การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีน ของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. (DEVELOPMENT OF A TRAINING PROGRAM TO ENHANCE THE QUALITY OF SERVICE FOR CHINESE GUESTS AT A HOTEL IN BANGKOK) คณะกรรมการควบคุมคุชณินพนธ์: ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา, Ph.D., สฎาญ ชีระวนิชตระกูล, กศ.ด. ปี พ.ศ. 2568.

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมพนักงานโรงแรมในการยกระดับคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าชาวจีนในโรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา แบ่งเป็น 4 ระยะ ได้แก่ 1) การศึกษาสภาวะการณ์ด้านการฝึกอบรม 2) การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม 3) การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม และ 4) การประเมินและปรับปรุงผลของโปรแกรมฝึกอบรม

ผลการวิจัยในระยะที่ 1 พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะด้านการใช้ภาษาจีน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ การแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของลูกค้าชาวจีน การเข้าใจวัฒนธรรมและการให้ความสำคัญกับลูกค้าชาวจีนโดยเฉพาะ และการตลาดที่ต้องเข้าถึงตลาดกลุ่มเป้าหมาย ระยะที่ 2 ได้นำข้อมูลจากระยะที่ 1 มาพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่มีโครงสร้างครอบคลุม 6 โมดูล ได้แก่ 1) หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 2) ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ 3) การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศ 4) การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน 5) การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน และ 6) กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจเพื่อการขาย โดยออกแบบตามแนวคิด 70: 20: 10 Model และผ่านการตรวจสอบคุณภาพโปรแกรมฝึกอบรม โดยการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน และการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน ระยะที่ 3 ในการดำเนินการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นพนักงานใน 4 แผนกหลัก พบว่า พนักงานมีทักษะและความสามารถที่พัฒนาขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะแผนกแม่บ้าน ($t = 40.73, p < .000$) และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ($t = 53.06, p < .000$) ขณะที่แผนกต้อนรับ ($t = 22.18, p = .000$) และแผนกขาย ($t = 9.26, p = .011$) ก็แสดงผลการพัฒนาอย่างชัดเจนเช่นกัน ระยะที่ 4 ดำเนินการประเมินผลด้านความพึงพอใจของพนักงานพบว่า มีระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมฝึกอบรมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61, SD = 0.32$) และ

เห็นว่า โปรแกรมมีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.48$) นอกจากนี้ ยังพบว่า ลูกค้า
ชาวจีน จำนวน 150 คน ที่ได้รับบริการจากพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ
มากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, $SD = 0.47$) สะท้อนถึงผลลัพธ์เชิงบวกของโปรแกรมฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้น
อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ



65810045: MAJOR: HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT; Ph.D. (HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT)

KEYWORDS: TRAINING PROGRAM/ CHINESE GUESTS/ SERVICE QUALITY/ 70: 20: 10 MODEL/ HOTEL

PAITON BOONSRI : DEVELOPMENT OF A TRAINING PROGRAM TO ENHANCE THE QUALITY OF SERVICE FOR CHINESE GUESTS AT A HOTEL IN BANGKOK. ADVISORY COMMITTEE: PARATCHANUN CHAROENARPORNWATTANA, Ph.D. SADAYU TEERAVANITRAKUL, Ed.D. 2025.

The objective of this research was to develop a training program to enhance the quality of service for Chinese guests at a hotel in Bangkok. The study employed a research and development (R & D) methodology comprising four phases: 1) the study of training conditions, 2) the development of the training program, 3) the implementation of the training program, and 4) the evaluation and refinement of the program.

Phase 1 revealed that most hotel staff lacked the necessary knowledge and skills to effectively serve Chinese guests, particularly in areas such as Chinese language proficiency, the application of technology in service, handling complaints from Chinese guests, understanding Chinese culture and guest-centric hospitality, and targeted marketing strategies. In Phase 2, findings from the first phase were used to develop a training program structured into six modules: 1) Basic Principles of Excellent Service for Chinese Guests, 2) Chinese Language for Service Quality Enhancement, 3) Technology Integration for Service Excellence, 4) Service Skill Development for Chinese Guests, 5) Transforming Problems into Impressions for Chinese Guests, and 6) Impressive Service Strategies for Sales. The program was designed based on the 70:20:10 Model and validated through a connoisseurship-based focus group with five experts and a suitability and feasibility assessment by eight experts. In Phase 3, the six training modules were implemented with 30 hotel employees from four departments. The results indicated a statistically significant improvement in skills and competencies, particularly among housekeeping staff ($t = 40.73, p < .000$) and food and beverage staff ($t = 53.06, p < .000$). Front office ($t = 22.18, p = .000$) and sales staff ($t = 9.26, p = .011$) also demonstrated notable development. In Phase 4, the evaluation of employee satisfaction revealed a very high level of satisfaction with the training

program ($\bar{X} = 4.61$, $SD = 0.32$) and perceived usefulness for their job performance ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.48$). Additionally, 150 Chinese guests who received service from the trained staff reported a very high level of satisfaction ($\bar{X} = 4.65$, $SD = 0.47$), reflecting the program's positive outcomes and its effectiveness as a systematic and well-developed training intervention.



กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรีชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และรองศาสตราจารย์ ดร. สญา ชีระวนิชตระกูล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งได้ให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่องด้วยความเอาใจใส่ละเอียดรอบคอบ และมุ่งมั่นให้ผู้วิจัยพัฒนาผลงานให้มีคุณภาพทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติจนสามารถดำเนินงานวิจัยฉบับนี้ แล้วเสร็จอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์อันทรงคุณวุฒิทุกท่าน ได้แก่ ศาสตราจารย์พิสิษฐ์ ดร. จำเนียร จวงตระกูล ดร. จินดาภา ถินวา และ ดร.ไพรินทร์ ทองงาม ซึ่งกรุณาให้ข้อเสนอแนะอันทรงคุณค่า เพื่อพัฒนาคุษฎีนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในทุกมิติ

ขอขอบคุณคณะผู้บริหารและพนักงานของโรงแรมในเขตห้วยขวาง ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล เข้าร่วมกิจกรรม และทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมอย่างจริงจัง จนทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณได้ครบถ้วนตามแผนงาน

ขอขอบคุณครอบครัวอันเป็นที่รัก ที่เป็นกำลังใจสำคัญอยู่เบื้องหลังมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในช่วงเวลาที่ยากลำบาก หรือวันที่ประสบความสำเร็จ ความรัก ความเข้าใจ และความอบอุ่นจากครอบครัว คือ พลังที่ผลักดันให้ผู้วิจัยก้าวเดินต่อไปอย่างไม่ย่อท้อ

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณตัวเอง ที่ไม่ล้มเลิกความมุ่งมั่น เข้มแข็งกับทุกบททดสอบ และยังคงยืนหยัดในเส้นทางนี้ด้วยศรัทธาอย่างไม่หวั่นไหว

ขอมอบคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นสัญลักษณ์แห่งความเพียร ความเชื่อมั่น และความหวังในความเป็นไปได้ของทุกความฝัน ที่ผ่านเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของผลงานการวิจัยในครั้งนี้

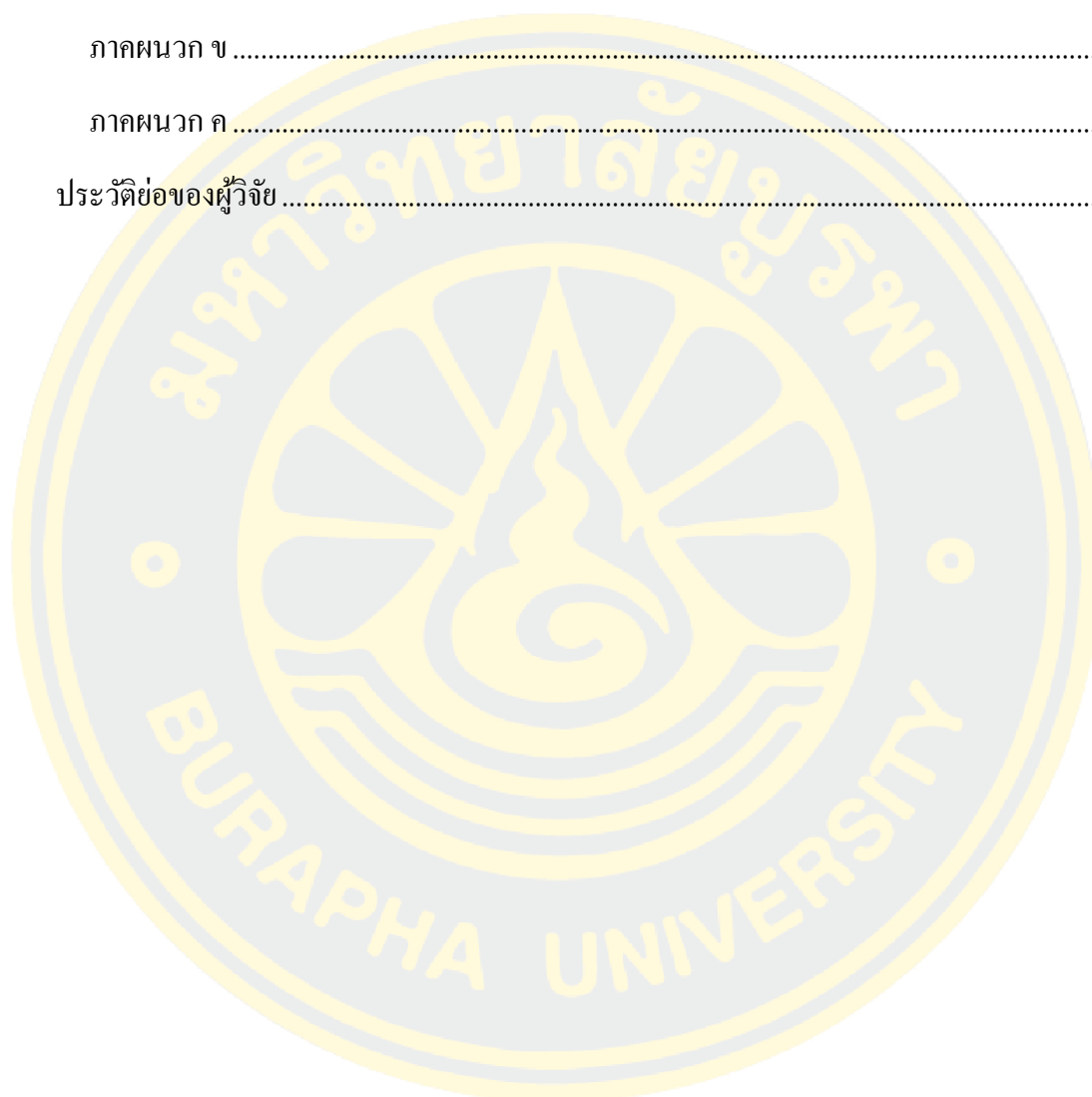
ไพโรทูล บุญศรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ	ฌ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
คำถามการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย	6
กระบวนการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	10
นิยามคำศัพท์เฉพาะ	11
สรุปท้ายบทที่ 1.....	13
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
การฝึกอบรม	16
โปรแกรมฝึกอบรม	22
ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	41
คุณภาพการบริการ	46

โรงแรม 4 ดาว โรงแรมในกรุงเทพมหานครเขตห้วยขวาง และความสำคัญของคุณภาพการ บริการต่องานบริการด้านโรงแรม.....	51
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในโรงแรมของประเทศไทย	58
การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา.....	62
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	73
สรุปท้ายบทที่ 2.....	100
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	102
ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์การฝึกอบรม.....	108
ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม.....	122
ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม.....	126
ระยะที่ 4 การประเมินผลและปรับปรุงการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม.....	130
สรุปท้ายบทที่ 3.....	135
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	136
ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม.....	138
ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม.....	179
ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม.....	201
ระยะที่ 4 การประเมินและปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม.....	230
สรุปท้ายบทที่ 4.....	247
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	250
สรุปผลการวิจัย.....	250
อภิปรายผลการวิจัย.....	256
ข้อเสนอแนะ.....	280
สรุปท้ายบทที่ 5.....	283

บรรณานุกรม	286
ภาคผนวก	310
ภาคผนวก ก	311
ภาคผนวก ข	319
ภาคผนวก ค	331
ประวัติย่อของผู้วิจัย	351



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรม	30
ตารางที่ 2 หัวข้อองค์ประกอบโปรแกรมฝึกอบรม	34
ตารางที่ 3 จำนวนโรงแรมในกรุงเทพมหานครทั้ง 37 เขต	51
ตารางที่ 4 แสดงแผนก ตำแหน่ง และจำนวนผู้ปฏิบัติงานในโรงแรม.....	55
ตารางที่ 5 ข้อมูลสถิติผู้เข้าพักในโรงแรมจำแนกตามสัญชาติ ปี พ.ศ. 2567	57
ตารางที่ 6 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงค์และการดำเนินการวิจัยของ พิเชษฐ ไพบูลย์ศิริ	66
ตารางที่ 7 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงค์และการดำเนินการวิจัยของ ชาลินี เกสรพิกุล	67
ตารางที่ 8 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงค์และการดำเนินการวิจัยของ สายสุนีย์ กลาง ประพันธ์.....	68
ตารางที่ 9 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงค์และการดำเนินการวิจัยของ ชลลดา พิงรำพรรณ และวุฒิพล สกลเกียรติ.....	69
ตารางที่ 10 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงค์และการดำเนินการวิจัยของ ธิดากุล บุญรักษา และพรพรรณ โพธิสุวรรณ	70
ตารางที่ 11 ส่วนที่ 1 รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูล	138
ตารางที่ 12 ส่วนที่ 2 ตารางสรุปหมวดหมู่การวิเคราะห์เนื้อหา.....	140
ตารางที่ 13 สรุปข้อค้นพบจากการศึกษาสภาวะการณ์.....	178
ตารางที่ 14 ผลการยกร่างโมเดลที่ 1.....	180
ตารางที่ 15 ผลการยกร่างโมเดลที่ 2.....	183
ตารางที่ 16 ผลการยกร่างโมเดลที่ 3.....	185
ตารางที่ 17 ผลการยกร่างโมเดลที่ 4.....	186
ตารางที่ 18 ผลการยกร่างโมเดลที่ 5.....	189
ตารางที่ 19 ผลการยกร่างโมเดลที่ 6.....	191

ตารางที่ 20 ผลการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน....	194
ตารางที่ 21 ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน	196
ตารางที่ 22 แผนการฝึกอบรมโมดูลที่ 1.....	203
ตารางที่ 23 ผลเปรียบเทียบโมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับ ลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test).....	205
ตารางที่ 24 แผนการอบรมโมดูลที่ 2	207
ตารางที่ 25 ผลเปรียบเทียบโมดูลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้า ชาวจีน (Pre-test/ Post-test).....	209
ตารางที่ 26 แผนการฝึกอบรมโมดูลที่ 3.....	211
ตารางที่ 27 ผลเปรียบเทียบโมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับ ลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test).....	214
ตารางที่ 28 แผนการฝึกอบรมโมดูลที่ 4.....	215
ตารางที่ 29 ผลเปรียบเทียบโมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test)	218
ตารางที่ 30 แผนการฝึกอบรมโมดูลที่ 5.....	219
ตารางที่ 31 ผลการเปรียบเทียบโมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test).....	222
ตารางที่ 32 แผนการฝึกอบรมโมดูลที่ 6.....	223
ตารางที่ 33 ผลการเปรียบเทียบโมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับ ลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test).....	226
ตารางที่ 34 ผลเปรียบเทียบคะแนนรายแผนก (Pre-test และ Post-test) ทั้ง 6 โมดูล	228
ตารางที่ 35 ผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล	231
ตารางที่ 36 ผลการประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรมจากมุมมองของพนักงาน ผู้เข้าร่วมโปรแกรม	234

ตารางที่ 37 ผลการประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเช้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม	238
ตารางที่ 38 สรุปผลการประเมินโปรแกรมฝึกอบรม.....	242
ตารางที่ 39 ตารางสรุปการปรับปรุงผลการฝึกอบรม.....	243
ตารางที่ 40 ผลการพิจารณาข้อเสนอของพนักงานกลุ่มทดลองในการปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม	245



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัยและพัฒนา.....	7
ภาพที่ 2 แบบจำลองกระบวนการฝึกอบรม นำเสนอโดย Werner and DeSimone (2012)	26
ภาพที่ 3 แผนการวิจัยและพัฒนาข้อมูลจาก	64
ภาพที่ 4 ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา	71
ภาพที่ 5 สรุปขั้นตอนการออกแบบการวิจัยโดยทั่วไป.....	103
ภาพที่ 6 ขั้นตอนวิจัย แบ่งได้เป็น 4 ระยะ	105
ภาพที่ 7 ขั้นตอนกระบวนการก่อนการสัมภาษณ์	120
ภาพที่ 8 แบบจำลองรหัสต่อทฤษฎีที่มีประสิทธิภาพเป็นกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา.....	121
ภาพที่ 9 โมเดลต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน (Chinese Service Excellence 6M Model).....	255

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยสามารถฟื้นตัวทางเศรษฐกิจได้อย่างมั่นคงภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยภาคการท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในปี พ.ศ. 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยอยู่ที่ 28.15 ล้านคน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 154 จากปี พ.ศ. 2565 และคิดเป็นการฟื้นตัวในระดับร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 ก่อนการระบาด (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ส่งผลให้รายได้จากภาคการท่องเที่ยวมีมูลค่าสูงถึง 2.09 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12.84 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) โดยในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2567 มีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 3.71 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้วถึงร้อยละ 33.92 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567)

เมื่อพิจารณาในเชิงกลุ่มประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวจีนยังคงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีศักยภาพสูง โดยในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากที่สุดถึง 3.5 ล้านคน (Tourism Authority of Thailand Newsroom, 2024) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2566) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวจีนมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมบริการของประเทศไทย และถือเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

รัฐบาลไทยจึงให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งในวิสัยทัศน์ประเทศไทย พ.ศ. 2573 และมุ่งผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาค (Tourism hub) ผ่านการใช้วัฒนธรรม อาหาร และอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Soft power) ทั้งนี้ การลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างรัฐบาลไทยและรัฐบาลจีนในการยกเว้นวีซ่าเข้าเมือง (Thailand-China mutual visa exemption) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2567 เป็นต้นไป ถือเป็นกลไกสนับสนุนเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ที่เอื้อต่อการเติบโตของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย (The Nation, 2024)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงโรงแรมในพื้นที่จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน ไม่เพียงแต่ในด้านสถานที่ตั้ง หรือสิ่งอำนวยความสะดวก

เท่านั้น แต่ยังรวมถึงคุณภาพของการบริการ โดยเฉพาะความสามารถของพนักงาน ในการตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดย ไพโรกุล บุญศรี, ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา และสฤณ ชีระวนิชตระกูล (2564) ระบุว่า ทักษะ ความรู้ และประสบการณ์ของพนักงานโรงแรม ถือเป็นทรัพยากรที่สร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว อย่างไรก็ตาม แม้ว่า จะมีการตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาทักษะพนักงานโรงแรม แต่แนวทางการฝึกอบรม ที่มีอยู่นั้น กลับยังไม่สามารถตอบสนองได้อย่างตรงจุด โดยเฉพาะในมิติของการบริการลูกค้า ชาวจีน ที่มีบริบททางวัฒนธรรมและความคาดหวังเฉพาะตัว การออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม ที่มีความจำเพาะต่อกลุ่มลูกค้า จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ควร ได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และสามารถ นำไปทดลองใช้จริงได้ในสถานประกอบการโรงแรม

กรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว ทั่วโลกกว่า เป็นจุดหมายปลายทางที่ต้องเดินทางมาท่องเที่ยวให้ได้สักครั้งในชีวิต โดยในปี พ.ศ. 2565-2566 มีนักท่องเที่ยวจากต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 22.78 ล้านคน จากผลสำรวจของ Mastercard Global Destination Cities Index 2023 (Mastercard, 2023) การเติบโตอย่างต่อเนื่องด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ทำให้ สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้ความต้องการ ด้านการสนับสนุนของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกัน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่กล่าวมา จึงเป็นสิ่งจำเป็นด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะที่พักแรมในกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนโรงแรม ที่ได้รับอนุญาตจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย จำนวนทั้งสิ้น 488 โรงแรม ใน 37 เขต จำนวนห้องพักรวม 86,731 ห้อง (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2567) กรุงเทพมหานคร สามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2566 มีรายได้ 587,422.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ปี พ.ศ. 2565 สูงถึงร้อยละ 137.66 จากเดิมที่มีรายได้เพียง 247,168.61 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) แม้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวและพักแรม ในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนมากขึ้นและหลายสัญชาติก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่ยังคง นิยมเข้ามาท่องเที่ยวและพักแรมในกรุงเทพมหานคร ก็ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มชาวจีนที่มีเข้ามา มากที่สุดเป็นอันดับ 1 (วิจัยกรุงศรี, 2567)

เขตห้วยขวาง เป็นเขต ๆ หนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้ความสำคัญและเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เพราะในบริเวณเขตห้วยขวางมีสถานที่ หลายแห่งที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น ศาลพระพิฆเนศ ร้านอาหารจีน ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารไทย ร้านอาหารที่เปิดขาย

ช่วงกลางคืน ที่เป็นเสน่ห์ของเขตห้วยขวาง รวมถึงที่พักอาศัยจากข้อมูลที่พักของเขตห้วยขวาง มีที่พักตามทะเบียนบ้าน รวมถึงที่พักที่พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2567 รวมกันมีมากถึง 93,515 หลังคาเรือน เปรียบเทียบกับวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2566 ที่มีเพียง 89,332 เพิ่มขึ้น 4,183 หลังคาเรือน ในระยะเวลา 18 เดือน (สำนักงานเขตห้วยขวาง, 2567) ส่งผลให้เขตห้วยขวางสามารถเรียกเก็บรายได้จากภาษีต่าง ๆ ได้มากขึ้น จากเดิมปี พ.ศ. 2566 ที่จัดเก็บรายได้เพียง 530 ล้านบาท และประเมินการณ์การเก็บภาษีรายได้ของปี พ.ศ. 2567 อยู่ที่ 680 ล้านบาท จากการขยายตัวของธุรกิจที่รองรับนักท่องเที่ยวจีน (Finnomena-logo, 2567)

จากข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2567) ระบุว่า เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร มีโรงแรมและที่พักจดทะเบียน จำนวน 22 แห่ง รวมจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 4,177 ห้อง ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งถือเป็นตลาดหลักของการท่องเที่ยวไทยในรอบหลายปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ จากรายงานของ วิจัยกรุงศรี (2567) ยังระบุว่า กรุงเทพมหานครยังคงเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม จากการเก็บข้อมูลของโรงแรมแห่งหนึ่งในเขตห้วยขวาง กลับพบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2565-2566 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรมดังกล่าว มีเพียงร้อยละ 37 ของลูกค้าทั้งหมด ซึ่งถือว่าต่ำกว่าความคาดหวัง แม้ว่าโรงแรมจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน ช่องทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าจีนโดยตรง เช่น Trip.com, Agoda.com, Expedia.com และ Booking.com ตลอดจนมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้าชาวจีนในระดับหนึ่งแล้วก็ตาม

สถานการณ์นี้ ยังขัดแย้งกับผลการวิจัยของ นารณรี จอมประเสริฐ (2565) ที่ระบุว่า โรงแรมขนาดกลางซึ่งมีห้องพักประมาณ 50-100 ห้อง กลับเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงจากกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน เนื่องจากมีความเป็นส่วนตั้มากกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ และเข้าถึงได้ง่ายกว่าโรงแรมขนาดเล็ก ความไม่สอดคล้องดังกล่าว จึงสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาบางประการในการเชื่อมโยงระหว่างศักยภาพของโรงแรมกับความคาดหวังที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ การสื่อสาร หรือความเข้าใจในวัฒนธรรม และพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง ดังนั้น การศึกษาถึงสาเหตุของปัญหา และการพัฒนาแนวทางการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมแห่งนี้

ผู้วิจัย มีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวจีน และค้นหาแนวทางในการพัฒนาแนวปฏิบัติด้านการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้ากลุ่มนี้ได้อย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม จากการศึกษานานวิจัย

ที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรม หรือปัจจัยภายนอกเป็นหลัก มากกว่าการพัฒนาแนวทางปฏิบัติด้านการบริการที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในระดับโรงแรม เช่น งานวิจัยของ Agarwal and Wu (2021) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมทางเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยวจีน โดยเน้นที่บทบาทของภาพลักษณ์แบรนด์และรีวิวออนไลน์ ขณะที่ Chan and Li (2020) ได้ศึกษาและวิเคราะห์แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่ โดยไม่กล่าวถึงแนวทางในการปรับปรุงการบริการในระดับปฏิบัติการในโรงแรมโดยตรง อีกทั้งยังมียงานวิจัยของ Chen and Chen (2021) ที่ได้ให้ความสำคัญกับการรับรู้ความเสี่ยงและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจีนหลังสถานการณ์โควิด-19 ส่วน Li, Li and Liu (2022) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยวจีน แต่ไม่ได้กล่าวถึงการเตรียมความพร้อมของพนักงานโรงแรม ในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนเหล่านั้น ในลักษณะเดียวกัน ยังมีงานวิจัยของ Liu and Li (2021) ที่ได้ทำการศึกษาที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อการบริการในต่างประเทศ โดยเน้นการเปรียบเทียบเชิงวัฒนธรรม ขณะที่ Lu, Chen and Wang (2020) มียงานวิจัยที่พบว่า การให้ความสนใจกับการสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์โรงแรม ผ่านการรับรู้คุณค่าและคุณภาพที่ได้รับ ซึ่งเป็นมุมมองจากฝั่งลูกค้าเป็นหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sun and Olsen (2022) ที่ได้ศึกษาเรื่องประสบการณ์เชิงอารมณ์ของนักท่องเที่ยวจีนระหว่างการเข้าพักในโรงแรม โดยไม่ได้กล่าวถึงการจัดการด้านการฝึกอบรมบุคลากร ขณะที่ Wang, Li and Li (2021) ได้ทำการศึกษาวิจัย มีเพียงการมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน เช่น แอปพลิเคชันแนะนำเส้นทาง มากกว่าการให้บริการในโรงแรมโดยตรง

นอกจากนี้ จากการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม พบว่า ยังไม่มีปรากฏงานวิจัยใดที่มุ่งเน้นการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อการดูแลให้บริการนักท่องเที่ยวจีนอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานโรงแรม ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย โดยเฉพาะ ทั้งที่กลุ่มลูกค้าดังกล่าวมีอิทธิพลต่อภาคการท่องเที่ยวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แม้ว่าโรงแรมส่วนใหญ่จะมีการดำเนินการฝึกอบรมบุคลากรอยู่แล้ว แต่โดยมาก เป็นเพียงการจัดหากระบวนการฝึกอบรมทั่วไปที่เน้นพัฒนาทักษะในภาพรวม มากกว่าจะระบุหัวข้อเฉพาะที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าชาวจีนโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับข้อสังเกตจากงานวิจัยของ Charoenarpornwattana (2022) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการฝึกอบรมในโรงแรม โดยเฉพาะ ีกระบวนการแบบกระบวนการที่จัดฝึกอบรมเท่านั้น แต่การฝึกอบรมก็ไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อดูแลลูกค้าเฉพาะกลุ่มแต่อย่างใด ในทำนองเดียวกัน Chen, Zhang and Li (2021), Ho et al. (2016), Malik and Viek (2018), รวมถึง Khemthong and Neamvichaikit (2018) ที่ต่างเน้นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอน

การฝึกอบรม วิธีการวัดผล และความต้องการฝึกอบรมในระดับองค์กร มากกว่าการนำข้อมูลที่ได้มา ออกแบบโปรแกรมที่สามารถทดสอบและนำไปปฏิบัติจริงในการดูแลลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น ลูกค้าชาวจีน เป็นต้น แม้แต่งานวิจัยในประเทศไทย เช่น ชนกต ชาติชำนาญ (2020) และ จันทรทอง พรหมสุทธิ์ (2554) ก็ให้ความสำคัญกับการประเมินความต้องการฝึกอบรม และกระบวนการฝึกอบรมทั่วไปเช่นเดียวกัน โดยยังไม่มีการลงลึกถึงการพัฒนาเนื้อหาการอบรม ที่เฉพาะเจาะจงต่อกลุ่มลูกค้าชาวจีน หรือการทดสอบผลลัพธ์ของโปรแกรมที่ออกแบบขึ้น อย่างเป็นระบบในสถานการณ์จริง

จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัย พบว่า การให้บริการลูกค้าชาวจีนในโรงแรมไทย ยังขาดแนวทางฝึกอบรมที่ออกแบบมาอย่างเฉพาะเจาะจงให้เหมาะสมกับพฤติกรรม ความคาดหวัง และวัฒนธรรมของลูกค้ากลุ่มนี้อย่างแท้จริง แม้จะมีงานวิจัยเกี่ยวกับการบริการอยู่บ้าง แต่ส่วนใหญ่ ยังไม่ครอบคลุมถึงการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวจีน ในบริบทของโรงแรมในประเทศไทยอย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการพัฒนา โปรแกรมฝึกอบรมที่มีจุดเน้นเฉพาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ เพื่อยกระดับทักษะการให้บริการ ของพนักงานในแต่ละแผนกอย่างเป็นรูปธรรม

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) เป็นกรอบแนวทาง โดยแบ่งการดำเนินการออกเป็น 4 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์ ด้านการฝึกอบรม ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ระยะที่ 3 การดำเนินการทดลองใช้ โปรแกรมฝึกอบรม และระยะที่ 4 การประเมินและปรับปรุงผลการฝึกอบรม ทั้งหมดเป็นขั้นตอน การดำเนินการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับการวิจัยและพัฒนาของโปรแกรมฝึกอบรมในครั้งนี้ โปรแกรมฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นนี้ จึงไม่เพียงมุ่งหวังผลลัพธ์เชิงทักษะในระดับปฏิบัติการเท่านั้น หากยังตั้งเป้าให้เป็นต้นแบบที่สามารถประยุกต์ใช้ได้จริงใน โรงแรม เพื่อยกระดับมาตรฐาน การบริการในภาพรวม และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโรงแรมไทย ในบริบทของตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพัก ของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้า ชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ายาจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ายาจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

คำถามการวิจัย

1. สภาพการณ์ด้านการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ายาจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร

2. โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ายาจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร

3. จะนำโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ายาจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ไปใช้ได้อย่างไร

4. ผลการประเมินการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ายาจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

การนำโปรแกรมฝึกอบรมไปใช้จริงในระยะที่ 3 จะส่งผลให้พนักงานมีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการให้บริการลูกค้ายาจีนดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการอบรม (Pre-test/ Post-test)

กระบวนการวิจัย

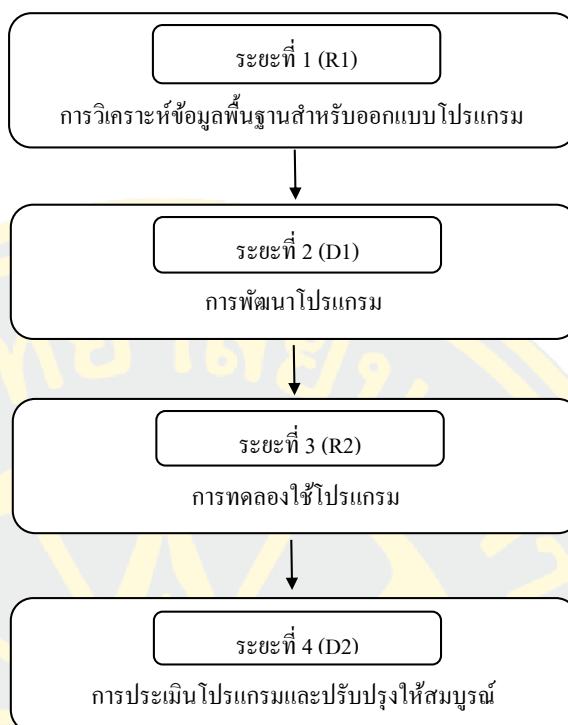
การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) โดยมีกระบวนการวิจัยตามลำดับขั้น R1-D1-R2-D2 ซึ่งประกอบด้วย

R1 (Research phase 1) การศึกษาสภาพการณ์เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้ายาจีนในโรงแรม

D1 (Development phase 1) การออกแบบและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

R2 (Research phase 2) การนำโปรแกรมไปทดลองใช้กับพนักงานจริง

D2 (Development phase 2) การประเมินผล ปรับปรุง และสรุปผลลัพธ์ของโปรแกรม



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัยและพัฒนา
ที่มา: มารุต พัฒนา (2563)

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยโดยใช้โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่ในการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมที่ออกแบบมาเฉพาะสำหรับพนักงานโรงแรม เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการสำหรับลูกค้าชาวจีนในบริบทของโรงแรมแห่งหนึ่งในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้าพักอย่างต่อเนื่องในการดำเนินงานวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาขอบเขตด้านเนื้อหาครอบคลุมองค์ความรู้และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม โดยสามารถจัดจำแนกขอบเขตของเนื้อหาตามประเภทของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยได้ ดังนี้

ตัวแปรต้น (Independent variable) ได้แก่ โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีน ซึ่งพัฒนาขึ้นโดยอิงจากองค์ประกอบสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการฝึกอบรมพนักงานในธุรกิจบริการ
2. โครงสร้างและองค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ
3. ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder theory)
4. แนวคิดด้านคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรม
5. บริบทของโรงแรม 4 ดาว ในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
6. พฤติกรรมผู้บริโภคและความคาดหวังของลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรมไทย
7. กระบวนการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมตามกรอบแนวคิด R & D

ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของพนักงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีน ซึ่งประเมินผลได้ ดังนี้

1. ระดับความรู้ ทักษะ และทัศนคติของพนักงานก่อนและหลังการอบรม (ผ่านแบบทดสอบ Pre-test และ Post-test)
 2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่เข้ารับบริการจากพนักงานที่ผ่านการอบรมแล้ว
- ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง**

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยระบุชัดเจนในขอบเขตการวิจัย โดยเลือกโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครเพื่อการรวบรวมข้อมูลด้านการวิจัยที่ครอบคลุมให้มากที่สุด สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลไว้ทั้ง 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม

การดำเนินงานในระยะนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าชาวจีนในบริบทของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร โดยมีจุดประสงค์เพื่อหาข้อมูลที่เป็นและสำคัญต่อการระบุความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เพื่อใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมให้สอดคล้องกับสภาพจริงและบริบทขององค์กร กระบวนการศึกษาอาศัยการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary research) ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีประสบการณ์ในงานบริการโรงแรม โดยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวนทั้งสิ้น 17 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2567) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนถึงความต้องการและประเด็นสำคัญในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ที่ตอบโจทย์การยกระดับคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าชาวจีน โดยประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 ลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรม

จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 พนักงานผู้ปฏิบัติงาน ประกอบด้วย พนักงานแผนกต้อนรับ จำนวน 2 คน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 3 คน พนักงานแผนกแม่บ้าน จำนวน 2 คน และพนักงาน แผนกขาย จำนวน 2 คน รวม 9 คน กลุ่มที่ 3 พนักงานระดับหัวหน้างาน ประกอบด้วย ผู้จัดการ แผนกต้อนรับ จำนวน 1 คน ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 1 คน และผู้จัดการ แผนกขาย จำนวน 1 คน รวม 3 คน

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

หลังจากการศึกษาและวิเคราะห์สภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม ผู้วิจัยได้นำข้อมูล ที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบริบทการให้บริการจริงในโรงแรม เพื่อให้การพัฒนาโปรแกรม ฝึกอบรมมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม โดยการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คนนั้น มาจากผู้เชี่ยวชาญที่เป็นอาจารย์จากมหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการสอนการโรงแรม จำนวน 1 คน และสอนด้านการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์อีก 1 คน อีก 1 คนมาจากผู้จัดการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี และอีก 2 คน มาจากผู้จัดการฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรมในจังหวัดชลบุรี หลังจากนั้น ดำเนินการ ตรวจสอบคุณภาพด้วยการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน โดย 3 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการโรงแรมในจังหวัดชลบุรี จำนวน 3 คน และผู้จัดการฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรมในจังหวัดชลบุรี จำนวน 5 คน

ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม

ในระยะนี้ ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมฝึกอบรมที่ได้รับการออกแบบและตรวจสอบ ความเหมาะสมแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นพนักงานโรงแรมที่ปฏิบัติงาน ในช่วงเวลารอบเช้า โดยใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตามรอบการปฏิบัติงาน (Time-based sampling) และ เลือกกลุ่มทดลองเป็นพนักงานรอบเช้า จำนวน 30 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2567) เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของโปรแกรมในการยกระดับคุณภาพการให้บริการสำหรับ ลูกค้าชาวจีน การทดลองครอบคลุมทั้งการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมตามแผนการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ ด้วยการยึดหลักการอบรมตามทฤษฎี 70: 20: 10 Model ที่เน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง และการเก็บข้อมูลก่อนและหลังการฝึกอบรม เพื่อเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบ

ระยะที่ 4 การประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรม

ระยะสุดท้ายของกระบวนการวิจัย มุ่งเน้นการประเมินผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมว่า มีความสอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการยกระดับคุณภาพ การบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีน ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบทดสอบเป็นหลักในการประเมิน

ความพึงพอใจของพนักงาน และความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรมจากพนักงาน รวมถึงการประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการ หลังพนักงานรอบเข้าได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ลูกค้า จำนวน 150 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2568) โดยเป็นลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรมแห่งหนึ่งในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจง เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสะท้อนผลการใช้โปรแกรมได้อย่างแท้จริง

ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ในการใช้โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร จากเจ้าของกิจการ โดยผู้วิจัยเริ่มต้นศึกษาข้อมูลด้านปัญหาของโรงแรม รวมถึงการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมด้านต่าง ๆ ของโรงแรม ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2568

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลของการศึกษาส่วนต่าง ๆ ช่วยให้เกิดประโยชน์แก่หน่วยงานและกลุ่มบุคคลหลายกลุ่ม โดยผู้วิจัยได้แบ่งประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย ดังนี้

ประโยชน์ทางตรง

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ลูกค้าชาวจีนได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการและการอำนวยความสะดวกได้มากยิ่งขึ้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 พนักงานผู้ปฏิบัติงานที่ดูแลลูกค้าชาวจีนโดยตรง เกิดทักษะและเตรียมการให้การบริการตรงต่อความต้องการของลูกค้าชาวจีน

กลุ่มตัวอย่างที่ 3 พนักงานระดับหัวหน้างาน หรือผู้จัดการแผนกได้รับรู้และตระหนักถึงลักษณะความคาดหวังในการรับบริการ และข้อควรปฏิบัติในการต้อนรับลูกค้าชาวจีนระหว่างการเข้าพักในโรงแรม ซึ่งช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถพิจารณาแนวทางการอำนวยความสะดวกภายใต้ขอบเขตและอำนาจในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและยกระดับประสิทธิภาพการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง

ประโยชน์ทางอ้อม

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ลูกค้าชาวจีนได้รับการต้อนรับและการบริการตรงตามความต้องการเมื่อเข้าพักในโรงแรม และลูกค้าเกิดความประทับใจและพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานโรงแรม

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 พนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ดูแลลูกค้าชาวจีนโดยตรง มีความสุขในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน เนื่องจากทราบความต้องการที่แน่ชัด และวิธีการปฏิบัติหน้าที่ให้ตรงตามความต้องการ

กลุ่มตัวอย่างที่ 3 พนักงานระดับหัวหน้างาน หรือผู้จัดการแผนก

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโรงแรมได้ร่วมสะท้อนภาพรวมการบริการที่ต้องการของลูกค้าชาวจีน ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม อันจะส่งผลดีต่อการให้บริการของโรงแรมต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน อีกทั้ง ยังสามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมส่งเสริมการขายของฝ่ายขาย เพื่อให้โรงแรมมีศักยภาพด้านการแข่งขันกับโรงแรมอื่น ๆ เป็นลำดับต่อไป

2. การปรับปรุงกระบวนการทำงานและการบริการที่สร้างความประทับใจ และตอบสนองความต้องการเฉพาะของกลุ่มลูกค้าชาวจีน ช่วยสร้างการยอมรับและเผยแพร่ชื่อเสียงของโรงแรมในช่องทางต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวชาวจีน เกิดการเพิ่มขึ้นของปริมาณผู้จองเข้าพัก และปริมาณการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าชาวจีน

3. นำโมเดลต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน ไปใช้เป็นโปรแกรมฝึกอบรมให้กับโรงแรมอื่น เพื่อให้เกิดประโยชน์กับการพัฒนาการยกระดับคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าชาวจีนได้

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร หมายถึง โรงแรมที่ผู้วิจัยใช้เป็นกรณีศึกษา ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นบริเวณที่มีชุมชนชาวจีนอยู่อย่างหนาแน่น และสามารถเดินทางสะดวก โดยห่างจากสถานีรถไฟฟ้า MRT ห้วยขวาง ประมาณ 400 เมตร โรงแรมมีห้องพักทั้งหมด 62 ห้อง แบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น Superior room, Junior luxe room, Deluxe room, Premier room, Executive room และ Suite นอกจากนี้ ยังมีห้องประชุม ห้องอาหาร ร้านคาเฟ่ พื้นที่จัดงานเลี้ยงบนดาดฟ้า ห้องออกกำลังกาย ห้องอบชาวน้ำ และสระว่ายน้ำ ซึ่งแสดงถึงความพร้อมของโรงแรมในการให้บริการลูกค้าหลากหลายกลุ่ม รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวจีน

โปรแกรมการฝึกอบรม หมายถึง การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน โดยโปรแกรมฝึกอบรม ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างสมรรถนะและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร เพื่อให้สามารถตอบสนองเป้าหมายขององค์กรได้อย่างเหมาะสม

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจบริการ ซึ่งการฝึกอบรมต้องมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่ และเปิดโอกาสให้สามารถนำความรู้ไปใช้ในการทำงานได้จริง

โปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีน หมายถึง โปรแกรมฝึกอบรมที่ได้รับการออกแบบขึ้นเป็นพิเศษ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานโรงแรมในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาคุณภาพโปรแกรมฝึกอบรมจากกระบวนการวิจัยเชิงพัฒนาทั้ง 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาสถานการณ์ด้านการฝึกอบรม ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ระยะที่ 3 การดำเนินการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม และ 4 การประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรม โดยเมื่อกระบวนการทั้ง 4 ระยะ คือ โปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีน

สถานการณ์ด้านการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีน หมายถึง ภาพรวมของสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมในโรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง สภาพที่เป็นอยู่ ความต้องการ ข้อจำกัด และความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมในบริบทของการให้บริการลูกค้าชาวจีน ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม ที่เหมาะสมกับบริบทของโรงแรม

ความรู้ ทักษะ และความสามารถในการให้บริการ หมายถึง ความเข้าใจเชิงทฤษฎี (Knowledge) ความเชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติ (Skills) และสมรรถนะที่สามารถแสดงออกเป็นพฤติกรรมบริการจริง (Competency) ของพนักงานโรงแรม ในด้านการให้บริการลูกค้าชาวจีน ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาตามหัวข้อการอบรมในแต่ละโมดูล อาทิ การบริการพื้นฐานที่เป็นเลิศ การสื่อสารภาษาจีนเบื้องต้น การใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนงานบริการ การตอบสนองทางอารมณ์ การจัดการปัญหา และการใช้กลยุทธ์การขายอย่างมีประสิทธิภาพ การวัดผลกระทำผ่านแบบทดสอบก่อนและหลังการอบรม (Pre-test และ Post-test) โดยเน้นการวัดการเปลี่ยนแปลงของความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในแต่ละด้านที่อบรม

การนำไปใช้จริง หมายถึง การนำโปรแกรมฝึกอบรมพนักงานที่พัฒนาขึ้นตามกระบวนการวิจัยไปใช้ดำเนินการในสถานการณ์จริงกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นพนักงานโรงแรมจำนวน 30 คน จาก 4 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน และแผนกขาย โดยดำเนินการตามลำดับกิจกรรมฝึกอบรมในแต่ละโมดูลที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการเรียนรู้ผ่านแบบทดสอบก่อนและหลังการอบรม เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และตรวจสอบประสิทธิภาพของโปรแกรมในเชิงประจักษ์

ลูกค้าชาวจีน หมายถึง นักท่องเที่ยว หรือผู้เข้าพักที่มีสัญชาติจีน ซึ่งเดินทางมายัง ประเทศไทย และเลือกใช้บริการของโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ โดยกลุ่มลูกค้า ดังกล่าว มีลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรม ภาษา และความคาดหวังในการบริการที่แตกต่างจาก ลูกค้าชาวต่างชาติกลุ่มอื่น ซึ่งพนักงานโรงแรมจำเป็นต้องเข้าใจลักษณะเหล่านี้ เพื่อสามารถ ตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม และสร้างความพึงพอใจสูงสุดในการเข้าพัก

โมดูล (Module) หมายถึง โปรแกรมการฝึกอบรมที่จัดเรียงตามลำดับอย่างเป็นระบบ โดยแต่ละโมดูลมีหัวข้อการเรียนรู้เฉพาะเจาะจง ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหา วิธีการฝึกอบรม และกิจกรรมที่สอดคล้องกัน เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถพัฒนาทักษะที่ต้องการ ได้อย่างเป็นขั้นตอน และสามารถนำไปใช้ในการทำงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในงานวิจัยนี้ ประกอบไปด้วย 6 โมดูล ดังนี้ 1) หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 2) ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน 3) การใช้เทคโนโลยี เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 4) การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศ กับลูกค้าชาวจีน 5) การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน และ 6) กลยุทธ์ การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจเพื่อการขายสำหรับลูกค้าชาวจีน

องค์ประกอบในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม หมายถึง ส่วนประกอบที่จำเป็น ในการออกแบบและจัดสร้างโปรแกรมฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ ได้แก่ 1) หัวข้อการฝึกอบรม 2) วัตถุประสงค์การฝึกอบรม 3) เนื้อหาการฝึกอบรม 4) วิธีการและการดำเนินการฝึกอบรม 5) ผู้ฝึกสอนการฝึกอบรม 6) ผู้เข้าร่วมอบรม 7) สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม 8) ระยะเวลา ในการฝึกอบรม 9) งบประมาณในการฝึกอบรม และ 10) เกณฑ์ประเมินและติดตาม ผลการฝึกอบรม โดยการกำหนดองค์ประกอบเหล่านี้ จะช่วยให้โปรแกรมฝึกอบรม มีความเหมาะสม สอดคล้องกับเป้าหมาย และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของ สถานประกอบการ

สรุปท้ายบทที่ 1

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่สามารถยกระดับคุณภาพ การให้บริการของพนักงานโรงแรมแก่ลูกค้าชาวจีนในบริบทของโรงแรมแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) ตามแนวทาง R1-D1-R2-D2 ซึ่งประกอบด้วย 4 ระยะ ได้แก่ การศึกษาสภาวะการณ์ด้านการฝึกอบรม (R1) การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม (D1) การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม (R2) และการประเมิน และปรับปรุงผลโปรแกรมฝึกอบรม (D2)

เนื้อหาในบทที่ 1 ได้กล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐาน ขอบเขต กระบวนการวิจัย และการนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย โดยบทต่อไป จะนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิด ทฤษฎี และกรอบความคิดที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีนในบริบทธุรกิจโรงแรม ซึ่งจะเป็นฐาน ในการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมอย่างมีหลักวิชาการ



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ำชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมและทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางและกรอบแนวคิดในการทำวิจัย และพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ำชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. การฝึกอบรม

1.1 แนวคิดด้านการฝึกอบรม

1.2 ประเภทของการฝึกอบรม

2. โปรแกรมฝึกอบรม

2.1 กระบวนการฝึกอบรม

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3.1 บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อกลยุทธ์ในธุรกิจโรงแรม

3.2 ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ต่อธุรกิจโรงแรม

4. คุณภาพการบริการ

4.1 องค์ประกอบการสร้างคุณภาพการบริการ

4.2 ความสำเร็จของคุณภาพการบริการต่องานบริการด้านโรงแรม

5. โรงแรม 4 ดาว โรงแรมในกรุงเทพมหานครเขตห้วยขวาง และความสำคัญของคุณภาพการบริการต่องานบริการด้านโรงแรม

6. พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในโรงแรมของประเทศไทย

7. การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา

7.1 เทคนิคการวิจัยและพัฒนา

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การฝึกอบรม

การฝึกอบรม ถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญในงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ระหว่างปี ค.ศ. 2018-2024 มีผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้อ้างอิงและให้คำจำกัดความของคำว่า การฝึกอบรม ไว้หลายนัย ดังนี้ Burke and Salas (2018) ได้กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือออกแบบแนวทางการปรับปรุงความรู้ ทักษะ และ ความสามารถต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลได้รับการพัฒนาอย่างใดอย่างหนึ่งตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้น โดย Molnar (2021) ได้ให้การสนับสนุนแนวคิดดังกล่าว ได้ระบุว่า การฝึกอบรมเป็นการถ่ายโอน ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญไปยังผู้เรียน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ความรู้ที่ได้รับไปสู่ การปฏิบัติงานในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้ Colquhoun (2017) ยังได้สนับสนุนแนวคิด ที่ระบุว่า การฝึกอบรมเป็นการพัฒนาทักษะ ซึ่งอธิบายว่า การฝึกอบรมมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วย พัฒนาทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน ช่วยปรับปรุงผลการปฏิบัติงานและพัฒนาความสามารถ ในการทำหน้าที่ใด หน้าที่หนึ่ง โดยการจัดให้บุคคลได้รับโอกาส ประสบการณ์ในการลงมือปฏิบัติ และให้ผลป้อนกลับเพื่อให้เกิดการปรับปรุงขึ้น

จากการศึกษายังพบว่า ในภายหลังได้มีผู้เชี่ยวชาญที่กล่าวถึงการฝึกอบรมในมิติของ วิธีการเรียนรู้ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งสามารถพิจารณาความหมาย ตามแนวคิดดังกล่าวได้จาก Tsang (2023) ที่อธิบายว่า การฝึกอบรมเป็นกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของลูกจ้าง โดยการจัดเตรียมการมอบความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่จำเป็น เพื่อให้พวกเขาสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัย สำหรับความหมาย ของการฝึกอบรมที่อ้างถึงวิธีและลักษณะการเรียนรู้ นั้น สามารถศึกษาได้จาก Yildiz (2018) ที่อธิบายว่า การฝึกอบรมเป็นการเรียนรู้ที่ช่วยให้ผู้เรียนได้รับความกระจ่างและเข้าใจในสิ่งที่เรียน เนื่องจากเป็นการฝึกอบรมเป็นการเรียนรู้ที่มีลักษณะแบบร่วมมือ (Collaborative learning) มีการจัดสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ ที่สนับสนุนให้ผู้เรียนได้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จากการร่วมแบ่งปัน แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และการปฏิบัติที่เป็นเลิศ ซึ่งเป็นการจัด การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่

สอดคล้องกับ Merriam and Caffarella (2020) ที่นำเสนอว่า การฝึกอบรม เป็นวิธีการเรียนรู้ที่จัดขึ้นตามแนวทางการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถ กำหนดสิ่งที่ต้องการจะเรียนรู้ มุ่งพัฒนาความรู้ที่จะสามารถนำไปปรับใช้กับสถานการณ์ ในการทำงานได้ทันที และผู้เรียนจะได้รับข้อมูลป้อนกลับ นอกจากนี้ ความหมายของการฝึกอบรม ยังถูกอ้างอิงว่า เป็นกระบวนการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการพัฒนาความรู้และทักษะ ดังที่ Joo and Lim (2020) ระบุว่า การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่ดำเนินขึ้นอย่างเป็นระบบ เพื่อช่วย

ถ่ายโอนความรู้และทักษะที่จะช่วยยกระดับสมรรถนะของลูกจ้าง เพื่อให้พวกเขามีความสามารถในการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ ในขณะที่ Gery (2019) ก็ได้กล่าวถึงการฝึกอบรมว่าเป็นกระบวนการที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเป็นวงจร (Cyclical process) โดยเริ่มต้นจากการประเมินความจำเป็นในการฝึกอบรม การออกแบบ โครงการฝึกอบรม การดำเนินโครงการฝึกอบรม การประเมินผลโครงการฝึกอบรม และการทบทวนผลการฝึกอบรมเพื่อนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้น

ในปัจจุบัน พบว่า ความหมายของการฝึกอบรมได้พัฒนาไปสู่แนวคิดที่มองว่า ผู้ปฏิบัติงานเป็นทรัพยากรสำคัญที่ทุกองค์กรต่างต้องลงทุนเพื่อพัฒนาให้มีคนเก่ง ซึ่งสามารถศึกษาได้จากแนวคิดของ Noe (2024) ที่นำเสนอความหมายของการฝึกอบรมไว้อย่างน่าสนใจว่า การฝึกอบรม เป็นการลงทุนด้านทุนมนุษย์ และพิจารณาว่า การฝึกอบรมเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรมนุษย์ ที่จะเป็กำลังสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การฝึกอบรมจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถอุทิศตนกับงานได้มากขึ้น อันจะนำไปสู่การปรับปรุงผลประกอบการโดยรวมขององค์กรในท้ายที่สุด อีกทั้ง นักวิจัยคนไทย เช่น สุภาพร พิศาลบุตร และยงยุทธ เกษสาคร (2546) ยังกล่าวว่า การฝึกอบรม คือ กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ และมุ่งเน้นเฉพาะด้าน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการพัฒนาบุคคล หรือกลุ่มบุคคลในด้านความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) ทักษะ (Skills) และเจตคติ (Attitudes) ที่เหมาะสม โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงศักยภาพ และส่งเสริมความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้นในหน้าที่รับผิดชอบ

เกื้อจิตร ชีระกาญจน์, ชาญวิทย์ วงศ์ประเสริฐ และวีระศักดิ์ ทองพันชั่ง (2549) ยังได้กล่าวไว้ว่า การฝึกอบรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการทำงาน เช่น ทักษะด้านเทคนิค การสื่อสาร การแก้ปัญหา หรือการเสริมสร้างสมรรถนะขั้นสูง เช่น ภาวะผู้นำ ความสามารถในการบริหารจัดการ และการทำงานเชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้ ยังช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและความพร้อมในการปฏิบัติงานของบุคคล ให้สามารถเผชิญกับความท้าทาย หรือการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2550) ที่กล่าวไว้ถึงกระบวนการฝึกอบรมที่มีองค์ประกอบด้วยหลายขั้นตอน เช่น การระบุความต้องการฝึกอบรม (Training needs assessment) การออกแบบหลักสูตรที่เหมาะสม การดำเนินกิจกรรมการฝึกอบรมที่หลากหลาย เช่น การเรียนรู้ผ่านการบรรยาย การฝึกปฏิบัติ การเรียนรู้แบบจำลองสถานการณ์ (Simulation) หรือการฝึกงานจริง

ในสภาพแวดล้อมการทำงาน (On-the-job training) ทั้งนี้ การฝึกอบรมยังครอบคลุมการประเมินผล เพื่อตรวจสอบความก้าวหน้าและความสำเร็จของการเรียนรู้ และการปรับปรุงกระบวนการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้นในอนาคต โดย อนิวัช แก้วจางง (2552) ก็ยังกล่าวไว้ในทิศทางเดียวกัน คือ การฝึกอบรมยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความผูกพันระหว่างบุคคลและองค์กร โดยช่วยให้บุคลากรมีความเข้าใจในเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และค่านิยมขององค์กรอย่างลึกซึ้ง และสามารถนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมความสำเร็จขององค์กรในภาพรวม รวมถึง การเสริมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ภายในองค์กร ที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับ บุคคลและระดับทีม ซึ่งอาจสรุปเกี่ยวกับความหมายของการฝึกอบรมได้อย่างที่

Charoenarnpornwattana (2022) ได้กล่าวไว้ว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการ ที่ช่วยพัฒนาความรู้ ทักษะ และเจตคติของบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และเพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

สรุปการฝึกอบรม เป็นกระบวนการที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ของบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ การฝึกอบรมไม่ได้เป็นเพียงการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอนเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึง การจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วม ฝึกปฏิบัติจริง รับข้อมูลป้อนกลับ และนำสิ่งที่ เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์การทำงานจริง

ในปัจจุบัน การฝึกอบรมได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กรและลักษณะ ของผู้เรียน โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การเรียนรู้ร่วมกัน และการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง รวมถึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพ บุคลากรในระยะยาว เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรอย่างยั่งยืน

แนวคิดด้านการฝึกอบรม

แนวคิดด้านการฝึกอบรม หมายถึง กรอบความคิด หรือหลักการที่ใช้ในการวางแผน ออกแบบ และดำเนินการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้ หรือพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพของบุคคล รวมถึงการเสริมสร้างคุณค่า ในระดับองค์กร การฝึกอบรมนี้ สามารถดำเนินการได้ทั้งในรูปแบบของการพัฒนาทักษะ ที่เฉพาะเจาะจง การปรับปรุงกระบวนการทำงาน หรือการสร้างความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อความสำเร็จขององค์กร อีกทั้ง การฝึกอบรมยังเป็นรากฐานที่สำคัญสำหรับการพัฒนา ศักยภาพของบุคลากรและการบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีการวางแผนและดำเนินการ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้มั่นใจว่า การฝึกอบรมจะสามารถตอบสนองความต้องการขององค์กร และผู้เรียนได้อย่างแท้จริง (Swanson & Holton, 2001; Branch, 2009; Kirkpatrick & Kirkpatrick,

2006; DeSimone & Werner, 2012) ซึ่งแนวคิดด้านการฝึกอบรมนั้น ยังสามารถแบ่งได้อีกเป็น 6 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดการฝึกอบรมตามหลักการการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ (Adult learning theory) Malcolm Knowles ได้นำเสนอหลักการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ (Andragogy) ซึ่งเน้นการเรียนรู้ที่อิงกับประสบการณ์การเรียนรู้ด้วยตนเอง และแรงจูงใจจากปัจจัยภายใน การฝึกอบรมสำหรับบุคลากรควรออกแบบให้เชื่อมโยงกับประสบการณ์ที่มีอยู่ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการกำหนดวิธีการเรียนรู้ของตนเอง (Knowles, 1980)
2. แนวคิดการฝึกอบรมตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social learning theory) Albert Bandura เสนอว่า การเรียนรู้เกิดขึ้นจากการสังเกตและเลียนแบบพฤติกรรมของผู้อื่น ดังนั้น การฝึกอบรมที่มีการใช้การสาธิต (Demonstration) การฝึกปฏิบัติ (Practice) และการให้แบบอย่าง (Role model) จะช่วยให้บุคลากรสามารถพัฒนาทักษะได้ดีขึ้น (Bandura, 1977)
3. แนวคิดการฝึกอบรมแบบเน้นผลลัพธ์ (Results-based training) แนวคิดนี้เน้นที่ ผลลัพธ์ของการฝึกอบรมมากกว่ากระบวนการ โดยมีการกำหนดเป้าหมายที่วัดผลได้ เช่น ผลลัพธ์ทางธุรกิจ (เช่น เพิ่มยอดขาย ลดข้อผิดพลาดในการทำงาน) และผลลัพธ์ส่วนบุคคล (เช่น พัฒนาทักษะการบริหารจัดการ) วิธีการฝึกอบรมต้องสอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Phillips & Phillips, 2016)
4. แนวคิดการฝึกอบรมเชิงประสบการณ์ (Experiential learning theory) David Kolb นำเสนอแนวคิดว่าการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเกิดจากประสบการณ์ตรงและการสะท้อนคิด (Reflection) รูปแบบการฝึกอบรมที่ใช้แนวคิดนี้ได้แก่ การจำลองสถานการณ์ (Simulation) การเรียนรู้ผ่านโครงการ (Project-based learning) และการใช้กรณีศึกษา (Case study) เพื่อให้ผู้เรียนได้มีโอกาสทดลอง ฝึกฝน และนำความรู้ไปใช้จริง (Kolb, 1984)
5. แนวคิดการฝึกอบรมแบบ 70-20-10 (70-20-10 Model) โมเดลนี้ ถูกนำเสนอโดย Lombardo and Eichinger โดยชี้ให้เห็นว่า สัดส่วนของการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมาจากแหล่งที่แตกต่างกัน ร้อยละ 70 มาจากการเรียนรู้จากการทำงานจริง (On-the-job learning) ร้อยละ 20 มาจากการโค้ชชิ่งและการให้คำแนะนำจากผู้อื่น (Coaching & mentoring) และร้อยละ 10 มาจากการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ (Formal training) แนวคิดนี้ ช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบการพัฒนาบุคลากรให้มีความสมดุลระหว่างการฝึกอบรมในห้องเรียนและการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Lombardo & Eichinger, 1996)
6. แนวคิดการฝึกอบรมที่ใช้เทคโนโลยีสนับสนุน (Technology-enhanced learning) ปัจจุบันการฝึกอบรมได้รับการสนับสนุนจากเทคโนโลยี เช่น E-learning, Virtual reality (VR),

Augmented reality (AR) และการใช้ AI เพื่อช่วยให้การฝึกอบรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเข้าถึงได้ง่าย และเหมาะกับบุคลากรที่มีตารางเวลาที่ยืดหยุ่น (Salas et al., 2012)

ประเภทของการฝึกอบรม

ประเภทของการฝึกอบรม นักวิชาการด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมในหลายนัย โดยในการศึกษานี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอเฉพาะประเภทของการฝึกอบรมที่ได้รับการอ้างอิงและสนับสนุนจากการศึกษาจากนักวิชาการ พบว่า

1. การฝึกอบรมแบบเน้นการพัฒนาทักษะ (Skills training) Warner and Desimone (2012) ผู้ที่ได้รับการยอมรับว่า เป็นนักวิชาการด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างปี ค.ศ. 2000-2012 อธิบายว่า การฝึกอบรมประเภทนี้ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นการฝึกอบรมจากการให้ผู้ฝึกอบรมได้ลงมือปฏิบัติ และรับทราบผลป้อนกลับ ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของนักวิชาการในระยะหลังอย่าง Colquhoun (2017) และ Tsang (2023) ที่ยังคงกล่าวถึงความสำคัญของการฝึกอบรมแบบเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงาน และยังพบว่า นักวิชาการในปัจจุบันอย่าง Noe (2024) ก็ยังคงกล่าวถึงความจำเป็นของการฝึกอบรมที่เน้นการพัฒนาทักษะในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

2. การฝึกอบรมแบบเน้นการถ่ายทอดความรู้ (Knowledge transfer training) การฝึกอบรมประเภทนี้ ให้ความสำคัญไปที่การถ่ายโอนความรู้จากผู้เชี่ยวชาญไปสู่ผู้เรียนรู้ เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์สู่การปฏิบัติได้ ซึ่ง Molnar (2021) ได้กล่าวว่า การฝึกอบรมแบบเน้นการถ่ายทอดความรู้ เปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เรียนรู้จากการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการฝึกอบรม ซึ่งการฝึกอบรมแบบเน้นการถ่ายทอดความรู้ ยังได้รับการสนับสนุนจาก Yildiz (2018) และ Merriam and Caffarella (2020) ที่บรรยายว่า การจัดการฝึกอบรมประเภทนี้ ต้องจัดสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเรียนรู้ร่วมกัน ที่ช่วยสนับสนุนและกระตุ้นให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกิดขึ้น

3. การฝึกอบรมที่สนับสนุนการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ (Adult learning training) Merriam and Caffarella (2020) นำเสนอว่า การฝึกอบรมที่สนับสนุนการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ถือเป็นการฝึกอบรมประเภทหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากช่วยตอบสนองความต้องการการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่ชัดเจนว่า จะนำความรู้ที่ได้รับในการเรียน และจากผลป้อนกลับที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการทำงานทันที เมื่อการฝึกอบรมเสร็จสิ้นลง ซึ่ง Noe (2024) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการฝึกอบรมประเภทนี้ว่า การออกแบบการฝึกอบรมจะต้องปรับแต่งให้ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่

และ Yildiz (2018) กล่าวว่า การจัดสภาพแวดล้อมในการเรียนที่เน้นการเรียนรู้แบบร่วมมือถือเป็นหัวใจสำคัญของการฝึกอบรมประเภทนี้

4. การฝึกอบรมในงาน (On the job training) การฝึกอบรมในงาน (Joo & Lim, 2020; Picton, 2022; Tsang, 2023; Noe, 2024) ดังตัวอย่างดังนี้

4.1 การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ปฏิบัติจริง ภายใต้คำแนะนำของผู้บังคับบัญชา

4.2 การฝึกอบรมผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (E-learning training) การส่งมอบเนื้อหาการฝึกอบรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมดูลออนไลน์ การจำลอง และแหล่งข้อมูลดิจิทัลอื่น ๆ

4.3 การฝึกอบรมด้านการบริหาร (Management training) การพัฒนาทักษะและความรู้ที่เฉพาะเจาะจงกับบทบาทการเป็นผู้บังคับบัญชาและการเป็นผู้นำ

4.4 การฝึกอบรมด้านความปลอดภัย (Safety training) การให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นแก่พนักงาน เพื่อทำงานอย่างปลอดภัย (Tsang, 2023; Picton, 2022)

4.5 การฝึกอบรมแบบผสมผสานการเรียนรู้ (Blended learning) การฝึกอบรมหลายรูปแบบ เช่น การสอนในชั้นเรียน โมดูลอิเล็กทรอนิกส์ และประสบการณ์ในงาน เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ครอบคลุมมากขึ้น

4.6 การฝึกอบรมแบบพี่เลี้ยงและการสอนงาน (Mentoring and coaching) การฝึกอบรมแบบตัวต่อตัว หรือกลุ่มเล็ก โดยมีผู้มีประสบการณ์มากกว่าเป็นผู้ให้คำแนะนำ สนับสนุน และให้ข้อเสนอแนะ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะและความรู้

4.7 การฝึกอบรมด้วยเกมส์ (Gamification) การนำกลไกของเกม เช่น คะแนน ป้าย และกระดานผู้นำ มาใช้ในโปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มแรงจูงใจ การมีส่วนร่วม และการจดจำความรู้

4.8 การฝึกอบรมตามสถานการณ์ (Scenario-based training) การนำเสนอผู้เรียนด้วยสถานการณ์ที่สมจริง ที่จำลองสถานการณ์จริง ทำให้ผู้เรียนสามารถฝึกทักษะการตัดสินใจ และการแก้ปัญหา

ทั้งหมดที่กล่าวมา ล้วนเป็นตัวอย่างของการอบรมแบบการฝึกอบรมในงาน (On the job training) ทั้งสิ้น

สรุปประเภทของการฝึกอบรม หมายถึง ลักษณะของการถ่ายทอดความรู้จากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่งผ่านกระบวนการถ่ายทอด ที่รวมไว้ด้วยสื่อประกอบการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้ให้ เช่น ครู อาจารย์ วิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ โดยมีหลายวิธีเช่น การบอกเล่าให้ฟัง การให้ข้อคิดและแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ การจำลองเหตุการณ์ การแสดงตัวอย่างให้เห็น

โดยกระบวนการแต่ละอย่างล้วนคัดสรรให้เหมาะสมกับประเภทของผู้เรียน ทั้งหมดนี้ เรียกว่า ประเภทของการฝึกอบรม

โปรแกรมฝึกอบรม

โปรแกรมฝึกอบรม ถือเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร โดยมีบทบาทหลักในการส่งเสริมการเรียนรู้ (Learning) พัฒนาทักษะ (Skill development) และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเชิงบวก (Behavioral change) ทั้งในระดับบุคคลและองค์กรจากแนวคิด พัฒนา สุขประเสริฐ (2541) ได้กล่าวว่า โปรแกรมฝึกอบรมเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับความรู้และประสบการณ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโปรแกรมฝึกอบรม อีกทั้ง สุภาพร พิศาลบุตร และ ขงยุทธ เกษสาคร (2544) ได้อธิบายว่า โปรแกรมฝึกอบรม คือ การจัดเตรียมประมวลความรู้และประสบการณ์การเรียนรู้ที่ทำให้เกิดความเข้าใจ ทักษะ และเจตคติในเชิงบวก พร้อมทั้งเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร นิรันดร์ จุลทรัพย์ (2547) ยังระบุว่า โปรแกรมฝึกอบรม คือ การจัดเตรียมประมวลความรู้และประสบการณ์การเรียนรู้ในลักษณะองค์รวม โดยครอบคลุม 3 มิติสำคัญ ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) เนื้อหาที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ทักษะ (Skills) การฝึกฝนเพื่อพัฒนาความชำนาญในงาน และเจตคติ (Attitude) การปรับทัศนคติให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร ซึ่งยังมีแนวคิดจากนักวิจัยต่างประเทศ เช่น Goldstein and Ford (2002) ได้กล่าวไว้ว่า โปรแกรมฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่ออกแบบมาอย่างมีระบบเพื่อช่วยพัฒนาทักษะและความสามารถที่สอดคล้องกับความต้องการของงานและองค์กร Blanchard and Thacker (2013) ระบุว่า โปรแกรมฝึกอบรม คือ ชุดของกิจกรรมที่มุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถของบุคลากรในทุกมิติ เช่น การถ่ายทอดความรู้ การฝึกทักษะ และการสร้างทัศนคติในเชิงบวก และ Noe (2024) ชี้ว่า โปรแกรมฝึกอบรมเป็นความพยายามที่มีการวางแผน เพื่อช่วยให้พนักงานมีความพร้อมในการทำงานในปัจจุบัน และสามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงในอนาคต

ด้านความสำคัญของโปรแกรมฝึกอบรมต่อองค์กรนั้น หากแบ่งความสำคัญของโปรแกรมฝึกอบรมต่อบุคคล คือ เป็นเพิ่มพูนความรู้และทักษะเฉพาะทางด้าน การสร้างความมั่นใจและแรงจูงใจในการทำงานต่อบุคคลนั้น ๆ ในการปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ และส่งผลความสำคัญต่อองค์กร คือ การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของพนักงานในองค์กร อีกทั้ง เป็นการสร้างความพร้อมในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่ส่งผลด้านดีให้กับองค์กร หากพนักงานผ่านการอบรมโดยมีโปรแกรมฝึกอบรมที่มีความพร้อม

ในการเพิ่มศักยภาพที่ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร สุดท้าย คือ ระดับสังคมจากการมีโปรแกรมที่ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร คือ เป็นการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ สนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ด้านการมีบุคลากรที่มีคุณภาพในงานด้านที่ปฏิบัติ และสามารถแข่งขันด้านทักษะที่มีความจำเป็นในการพัฒนาองค์กรและสังคมในลำดับต่อไป ทั้งนี้ ลักษณะที่สำคัญของโปรแกรมฝึกอบรมประกอบไปด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ที่ชัดเจน โปรแกรมฝึกอบรมต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เช่น การพัฒนาทักษะเฉพาะด้าน หรือการเพิ่มพูนความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง โดย Blanchard and Thacker (2013) Armstrong (2021) และ Gagné et al. (2005) ซึ่งให้เห็นว่า การกำหนดวัตถุประสงค์ที่แน่นอน ช่วยให้ผู้สอนและผู้เรียนสามารถมุ่งเน้นไปที่เป้าหมายที่กำหนดไว้

2. ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและองค์กร โปรแกรมฝึกอบรมควรวิเคราะห์ความต้องการ (Needs analysis) ของผู้เรียนและองค์กร เพื่อออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสม ซึ่ง Goldstein and Ford (2002) ระบุว่า การวิเคราะห์ความต้องการช่วยลดช่องว่างระหว่างความสามารถปัจจุบันและความสามารถที่องค์กรต้องการ

3. ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาของหลักสูตรควรมีความสอดคล้องและตอบโจทย์กับเป้าหมายการอบรม โดย Noe (2024) และ McGehee and Thayer (1961) กล่าวว่า การเลือกเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการเรียนรู้และความสามารถในการนำไปใช้

4. ใช้วิธีการสอนที่หลากหลาย โปรแกรมฝึกอบรมที่ดี ควรมีการใช้วิธีการที่หลากหลาย เช่น การบรรยาย การทำงานกลุ่ม และการฝึกปฏิบัติจริง Kirkpatrick and Kirkpatrick (2006) DeSimone and Werner (2012) Lovelock and Wirtz (2011) เน้นว่า วิธีการที่หลากหลาย ช่วยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมมากขึ้น และเข้าใจเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น

5. เน้นการปฏิบัติจริง โปรแกรมฝึกอบรมที่มีคุณภาพควรออกแบบให้ผู้เรียนสามารถนำสิ่งที่เรียนรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง สอดคล้องกับ DeSimone and Werner (2012) Kolb (1984) และ Merrill (2002) ซึ่งว่า เนื้อหาที่สามารถเชื่อมโยงกับสถานการณ์จริง ช่วยเพิ่มความยั่งยืนในการเรียนรู้

6. มีการวัดผลและประเมินผล โปรแกรมฝึกอบรมควรมีระบบการวัดผลผลลัพธ์ที่ชัดเจน เช่น การสอบ การสัมภาษณ์ หรือการสังเกตพฤติกรรม Kirkpatrick's ,model (2006) Knowles et al. (2015) และ Salas et al. (2012) แนะนำการประเมินผลใน 4 ระดับ ได้แก่ ความพึงพอใจ การเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และผลกระทบต่อองค์กร

7. มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ โปรแกรมฝึกอบรมควรสามารถปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น การเพิ่มเนื้อหา หรือการปรับรูปแบบการเรียนการสอน สอดคล้องกับ

Armstrong (2021) Gagné et al. (2005) และ Liao et al. (2008) ระบุว่า ความยืดหยุ่นช่วยให้หลักสูตรสามารถปรับตัวได้ตามความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้เรียน

8. ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร การสนับสนุนจากผู้บริหาร เช่น งบประมาณ เวลา และทรัพยากร ช่วยให้การอบรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น Noe (2024) Baldwin and Ford (1988) Chiaburu and Marinova (2005) ระบุว่า ความสำเร็จของการฝึกอบรมขึ้นอยู่กับ การสนับสนุน และการยอมรับจากผู้บริหาร

สรุปได้ว่า โปรแกรมฝึกอบรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยครอบคลุมมิติสำคัญของการเรียนรู้ ทักษะ และเจตคติ ทั้งนี้ โปรแกรมฝึกอบรมที่มีการออกแบบและดำเนินการอย่างเป็นระบบ สามารถส่งผลต่อการพัฒนาบุคลากรและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว โดยที่โปรแกรมฝึกอบรมมีลักษณะการออกแบบที่ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของทั้งผู้เรียนและองค์กร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ชัดเจน เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง การวัดผลที่เป็นระบบ และการสนับสนุนจากผู้บริหาร ซึ่งลักษณะเหล่านี้ ได้รับการยืนยันจาก Goldstein and Ford (2002) Blanchard and Thacker (2013) และ Noe (2024) ซึ่งต่างเห็นพ้องกันว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่ดี ไม่เพียงแต่ช่วยพัฒนาบุคลากร แต่ยังเสริมสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรในระยะยาว

กระบวนการการฝึกอบรม

กระบวนการการฝึกอบรม หมายถึงกระบวนการปรับปรุง แก้ไข หรือสร้างโปรแกรมใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับเป้าหมายการเรียนรู้ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลง นักวิจัยทั้งไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมายของกระบวนการการฝึกอบรมไว้ดังนี้ Taba (1962) กล่าวว่า การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม คือ กระบวนการปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรมเดิมในด้านการวางเป้าหมาย การจัดเนื้อหา การสอน และการประเมินผล โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีผลกระทบทั้งในด้านความคิดและความรู้สึกของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึง Good (1973) ยังกล่าวอีกว่า การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะสำคัญ ได้แก่ การปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม เช่น การแก้ไขโปรแกรมฝึกอบรมเดิมให้เหมาะสมกับเป้าหมายการเรียนรู้ วัสดุ อุปกรณ์ วิธีการสอน และการประเมินผล

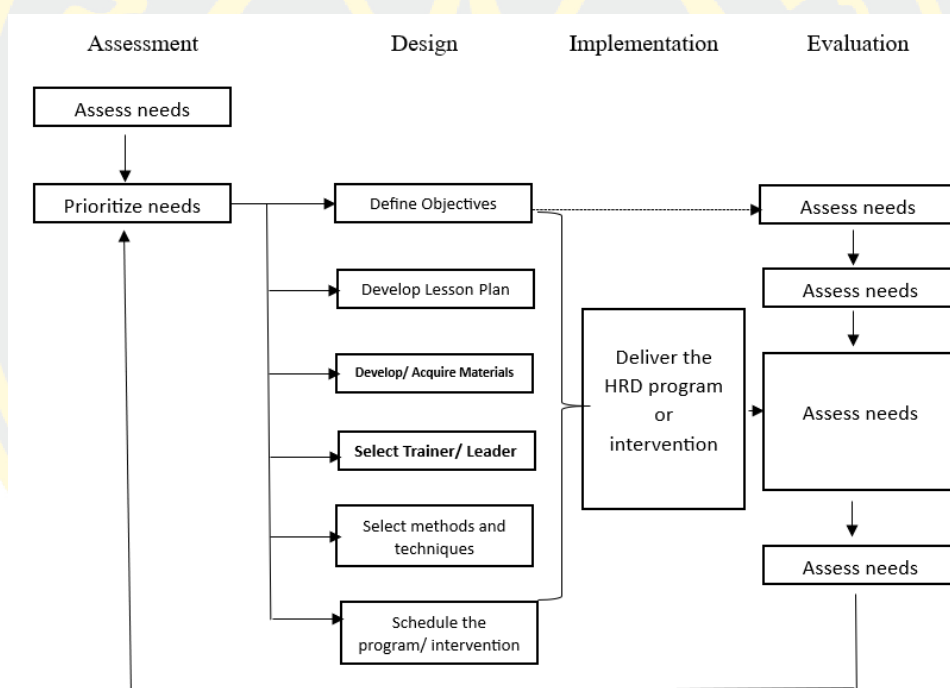
การเปลี่ยนแปลงโปรแกรมฝึกอบรม เช่น การสร้างโอกาสทางการเรียนรู้ใหม่ โดยเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและวิธีการเรียนรู้ให้แตกต่างจากเดิม ด้าน Saylor and Alexander (1974) กล่าวว่า การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม หมายถึง การปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรมเดิมให้ดีขึ้น หรือสร้างโปรแกรมฝึกอบรมใหม่ โดยไม่มีพื้นฐานจากโปรแกรมฝึกอบรมเดิม ทั้งนี้ ยังครอบคลุมการจัดทำเอกสารประกอบการเรียนการสอน โดย David (1989) ยังได้กล่าวว่า การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมประกอบด้วยขั้นตอนที่ชัดเจน ได้แก่ การระบุความต้องการ การเลือกผู้ที่มีส่วนร่วม

ในกระบวนการพัฒนา การวางแผนโครงสร้างและแผนการเรียนรู้ การทดลองใช้โปรแกรม ฝึกอบรม และการประเมินผลและปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม แต่ก็ยังมีนักวิจัยไทยได้ศึกษา การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมอีก เช่น สวัสดิ์ จงกล (2529) กล่าวว่า การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม หมายถึง การนำข้อตกลงใน โปรแกรมฝึกอบรมไปดำเนินการในเชิงเอกสารและกิจกรรม เช่น การจัดทำคู่มือ โปรแกรมฝึกอบรม แผนการสอน และเอกสารประกอบการเรียน ด้านสังด์ อุทรานันท์ (2532) ได้แบ่งการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมไว้ว่า ควรมีลักษณะสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรมเดิมให้สมบูรณ์ขึ้น และการสร้างโปรแกรม ฝึกอบรมใหม่ที่ไม่มีพื้นฐานจากโปรแกรมฝึกอบรมเดิม ด้าน ชุศรี สุวรรณโชติ (2542) ได้กล่าวว่า การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม คือ การวางแผนการเรียนรู้ รวมถึงการประเมินผลและการสร้าง ประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้เรียน เพื่อส่งเสริมพัฒนาการในทุกด้าน

ขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ ถือเป็นขั้นตอนที่ผู้บริหาร และนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรสมรรถนะสูงต่างให้ความสำคัญ เพื่อให้เกิดการวางแผน และออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม ที่จะสามารถพัฒนาสมรรถนะของผู้ปฏิบัติงานและเป็นไปตาม กลยุทธ์ขององค์กรที่ถูกต้องก่อนเริ่มดำเนินการฝึกอบรม การวางแผนรูปแบบการฝึกอบรม โปรแกรมและกิจกรรมที่ดำเนินการโดยขาดหลักวิชาการ ไม่เพียงแต่จะไม่สามารถยกระดับ ประสิทธิภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน หรือผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ หากแต่ยัง ทำให้องค์กรสูญเสียงบประมาณด้านการพัฒนาบุคลากรโดยไม่เกิดประโยชน์ และสูญเสียเวลา ของทุกฝ่าย จากการศึกษา พบว่า แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมตามกรอบแนวทาง กระบวนการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (ADImE Framework) การประเมินผล การออกแบบ การดำเนินการ และการประเมินผล เป็นกรอบการดำเนินการที่ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากการมีส่วนร่วมของนักวิชาการด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาองค์กรที่มีชื่อเสียง ในยุคต้น อาทิเช่น Richard et al. และ Senge เป็นต้น กรอบด้านการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมนี้ มีหลักการออกแบบที่สอดคล้องกับแบบจำลองด้านการออกแบบการสอน Instructional design (ISD) และการพัฒนาองค์กร (OD) อย่างการวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การดำเนินการ การประเมินผล (ADDIE Model) โดยแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมตามกรอบแนวทาง กระบวนการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้ถูกใช้ตั้งแต่ก่อนปี ค.ศ. 2006 และพบว่า มีการนำมาใช้ เป็นหลักปฏิบัติอย่างแพร่หลายมากขึ้น เมื่อ Werner and Desimone ได้ตีพิมพ์เผยแพร่แนวทาง ดังกล่าวในหนังสือด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่ใช้สอนในสถาบันการศึกษาทั่วโลกระหว่าง ปี ค.ศ. 2006 ถึง ค.ศ. 2012 และจากการศึกษา พบว่า แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรม ตามกรอบแนวทางกระบวนการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (ADImE Framework) ยังคงได้รับ

การยอมรับและอ้างอิงจากนักวิชาการด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เผยแพร่ผลงานวิชาการ ระบุถึงแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมและเผยแพร่ระหว่างปี ค.ศ. 2017-2024 เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างละเอียดถึงแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรม เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการของผู้ปฏิบัติงาน โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้ ผู้วิจัย จึงนำเสนอการทบทวนแนวทางการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ตามกรอบแนวทางการกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ADImE Model ประกอบกับนำเสนอการอ้างอิงการดำเนินการตามขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรม ที่ใช้กรอบแนวทางเดียวกันนี้ จากงานวิชาการด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เผยแพร่ ดังนี้

แบบจำลองกระบวนการฝึกอบรม



ภาพที่ 2 แบบจำลองกระบวนการฝึกอบรม นำเสนอโดย Werner and DeSimone (2012)

จากภาพที่ 2 Werner and DeSimone (2012) ได้นำเสนอแบบจำลองกระบวนการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ที่ครอบคลุมเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่เชื่อมโยงกับความสำเร็จขององค์กรในหนังสือชื่อ “Human resource development” ที่เผยแพร่ในปี ค.ศ. 2012 ซึ่งแบบจำลองดังกล่าว ได้อธิบายแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงกลยุทธ์ ที่มีลักษณะการดำเนินการ

เป็นวงจรรวนซ้ำ 4 ขั้นตอน โดยมีองค์ประกอบหลักของกระบวนการการฝึกอบรม ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความต้องการ (Needs assessment) ขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนแรก ที่ต้องดำเนินการเพื่อศึกษาหลักสูตรขององค์กร และสำรวจข้อจำกัดประสิทธิภาพขององค์กร ในปัจจุบัน ที่สามารถระบุถึงความต้องการการพัฒนาของผู้ปฏิบัติงาน (ช่องว่างสมรรถนะ ได้แก่ ความรู้เฉพาะและทักษะเพื่อลดช่องว่าง) การวิเคราะห์ความต้องการในขั้นตอนนี้ จะต้องสำรวจ ช่องว่างประสิทธิภาพทั้งในระดับองค์กร (ภาพรวมกลยุทธ์) งานและบุคคล กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมเริ่มต้นจากการระบุความต้องการจำเป็นว่า มีทักษะ ความรู้ และพฤติกรรมใดบ้างที่จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานและสนับสนุนพันธกิจ ตามเป้าประสงค์ขององค์กรได้ดีขึ้น (Werner and DeSimone, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับ Gery (2019) ได้นำเสนอว่า ผู้พัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมจำเป็นต้องวิเคราะห์และประเมินข้อมูลเกี่ยวกับ ผลการปฏิบัติงาน ระบุถึงช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับผลการปฏิบัติงานจริง นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Joo and Lim (2020) ได้ระบุว่า ในขั้นการประเมินความจำเป็นในการพัฒนา โปรแกรมการฝึกอบรมนั้น ผู้ดำเนินการจำเป็นต้องพิจารณาทิศทางกลยุทธ์ขององค์กรควบคู่ไปกับการสำรวจปัญหาในการปฏิบัติงาน และระบุช่องว่างความรู้ทักษะและความสามารถที่จำเป็น ในการปฏิบัติงาน โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลที่มีประสิทธิภาพวิธีหนึ่ง คือ การสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงาน และผู้จัดการ

2. การออกแบบ (Design) ขั้นตอนการออกแบบกิจกรรมในโครงการฝึกอบรม เป็นการพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อลดช่องว่างประสิทธิภาพที่เกิดขึ้น ประกอบด้วย กิจกรรมย่อยที่ต้องดำเนินการ 6 กิจกรรม ได้แก่ 1) การกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ 2) การพัฒนา บทเรียน ออกแบบ 3) การจัดทำและพัฒนาสื่อในการเรียนรู้ 4) การกำหนดวิทยากร หรือผู้สอน 5) การเลือกวิธีการถ่ายทอด และ 6) การกำหนดตารางการจัดการฝึกอบรม (Werner & DeSimone, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับ Whatfix (2023) ที่นำเสนอว่า การกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ช่วยให้ ผู้ดำเนินการเกิดความชัดเจนถึงเป้าหมายและเกณฑ์ที่สามารถวัดความสำเร็จในการฝึกอบรมได้ กล่าวคือ ระบุว่า ผู้เข้ารับการอบรมจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ ทักษะ ทักษะ และมีความสามารถ อย่างไรก็ตาม หลังโครงการฝึกอบรมสิ้นสุดลง Gery (2019) ได้นำเสนอเทคนิค SMART Goals เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่มีความเจาะจง สามารถวัด ประเมิน และบรรลุได้ ภายในกรอบเวลาที่กำหนด Picton (2022) ได้เน้นย้ำว่า การพัฒนาบทเรียน และสื่อประกอบการเรียนรู้ในแต่ละบทเรียนต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับเนื้อหา บทเรียน ที่พัฒนาขึ้น ควรเหมาะสมกับผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่ มีเนื้อหาที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

และเปิดโอกาสให้ผู้รับการฝึกอบรมได้ทดลอง โดย Picton (2022) ได้สนับสนุนเพิ่มเติมในเรื่องของการผสมผสานเทคโนโลยีในการออกแบบสื่อ ซึ่งควรใช้แพลตฟอร์มที่สนับสนุนการเรียนรู้ผ่านบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ (E-learning platforms) การเรียนผ่านบทเรียนที่เป็นสถานการณ์จำลอง (Simulations) เพื่อเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้แบบโต้ตอบ (InterActive learning experiences) สำหรับการเลือกวิธีการถ่ายทอดความรู้ Picton (2022) ได้นำเสนอแนวทางการออกแบบวิธีการถ่ายทอดความรู้ว่า ผู้ดำเนินการต้องคำนึงถึงวิธีการถ่ายทอดเนื้อหาที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ นอกจากนี้การออกแบบการถ่ายทอดการเรียนรู้ อาจจะต้องพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย อาทิเช่น ความต้องการในการเรียนรู้ของผู้เรียน ความยากและซับซ้อนของบทเรียน และงบประมาณ เป็นต้น ซึ่งการเลือกวิธีการถ่ายทอดความรู้ในการฝึกอบรม อาจพิจารณาวิธีการต่าง ๆ ดังนี้ การสอนโดยใช้ผู้สอนเป็นผู้นำ (Instructor-led training) การเรียนรู้ผ่านชุดโปรแกรมการสอนออนไลน์ (E-learning โมดูล) การเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมสถานการณ์จำลอง (Simulations) การเรียนรู้จากการทำงานกิจกรรมเกมส์ (Gamification) หรือการเรียนรู้ด้วยการผสมผสานวิธีการเรียนรู้ที่หลากหลาย (Blended approaches)

3. การดำเนินการ (Implementation) ขั้นตอนนี้ เป็นการดำเนินการฝึกอบรมตามที่ออกแบบไว้ให้กับผู้เข้ารับการอบรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริหารและดำเนินการอบรมในวันที่จะจัด ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการประสานงานด้านโลจิสติกส์และการอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ Picton (2022) ที่เน้นย้ำว่า ในการดำเนินการ ผู้ดำเนินการจะต้องบริหารด้านการขนส่ง (Planning the delivery logistics) การจัดบรรยากาศและสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้รับการฝึกอบรมได้มีส่วนร่วมในการโต้ตอบและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินการฝึกอบรมที่ Yildiz (2018) ระบุว่า ระหว่างการดำเนินการฝึกอบรมต้องเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศผ่านกิจกรรมกลุ่ม และการอภิปราย นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้รับการฝึกอบรมได้เห็นภาพในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และได้รับข้อมูลป้อนกลับอย่างต่อเนื่อง

4. การประเมินผล (Evaluation) Werner and DeSimone (2012) ได้กล่าวว่า ในขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรม คือ การประเมินประสิทธิผลของโปรแกรม เพื่อพิจารณาผลตอบแทนจากการลงทุน และรับทราบถึงแนวทางการปรับปรุงการดำเนินการฝึกอบรมในครั้งถัดไป และการติดตามผล ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญ 4 ขั้นตอนได้แก่

- 1) การระบุเกณฑ์และเงื่อนไขเพื่อใช้ในการประเมินผลความสำเร็จในการจัดการฝึกอบรม
- 2) การออกแบบแนวทางในการประเมินความสำเร็จ เพื่อนำผลการประเมินไปเทียบกับเกณฑ์

3) การติดตามผลและประเมินความสำเร็จของโครงการฝึกอบรมตามแนวทางที่ได้ออกแบบไว้ และ 4) การแปลและสรุปผลการประเมินความสำเร็จของโครงการฝึกอบรม ซึ่ง Noe (2024) ได้สนับสนุนขั้นตอนการประเมินผลความสำเร็จของโครงการฝึกอบรมว่า มีงานที่เกี่ยวข้องที่ต้องดำเนินการ ได้แก่ การพิจารณาเกณฑ์ที่วัดความสามารถในการปฏิบัติหลังการเรียนรู้ (Performance metrics) การรวบรวมข้อมูลที่ต้องนำมาประเมิน (Data collecting from assessment and survey) และนำข้อมูลจากการประเมินผลมาพิจารณามติของการฝึกอบรมที่ต้องปรับปรุง หรือยกระดับให้ดีขึ้น อาทิเช่น การปรับเนื้อหา การปรับวิธีการจัดประสบการณ์เรียนรู้ และเทคนิคการประเมินผล เป็นต้น

สรุปกระบวนการการฝึกอบรม เป็นแนวทางเชิงระบบที่เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ความต้องการขององค์กรและผู้เรียน เพื่อนำไปสู่การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ การดำเนินการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ และการประเมินผลเพื่อปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง แนวคิดของนักวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ไม่เพียงเป็นการจัดทำเนื้อหา หรือกิจกรรมเท่านั้น แต่เป็นการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความหมาย เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของบุคลากรอย่างรอบด้าน และเชื่อมโยงกับความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

เมื่อโครงการฝึกอบรมได้ดำเนินการมาจนครบ 4 ขั้นตอนแล้ว Werner and Desimone (2012) ได้อธิบายถึงวงจรการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการ กล่าวคือ สามารถปรับเปลี่ยนในขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการ การออกแบบ การดำเนินการ และการประเมินผลสำเร็จของโครงการ ที่เน้นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลของกระบวนการการฝึกอบรมทั้ง 4 ขั้นตอน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนตามลำดับ ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ความต้องการ การออกแบบ การดำเนินการ และการประเมินผล ซึ่งในขั้นตอนของการออกแบบนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินค้นคว้าข้อมูลของการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบและจัดทำโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อให้ทราบข้อมูลในการออกแบบ โดยได้ศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยทั้ง 20 งานวิจัย เพื่อสังเคราะห์การออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมว่ามียุทธศาสตร์ประกอบด้านใดบ้าง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมในหัวข้อ “การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพด้านการบริการของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร” โดยจากการศึกษาและสังเคราะห์ ผู้วิจัยจึงได้ค้นพบองค์ประกอบของการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม ดังนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรม

ลำดับที่	รายชื่อนักวิจัย	โครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรม									
		1. หัวข้อการฝึกอบรม	2. วัตถุประสงค์	3. เนื้อหา	4. วิธีการดำเนินการ	5. ผู้ฝึกสอน	6. ผู้เข้ารับการอบรม	7. สื่อและอุปกรณ์	8. ระยะเวลา	9. งบประมาณ	10. การประเมินผลและติดตามผล
1	ธงชัย สันติวงษ์ (2531)	✓	✓		✓	✓	✓			✓	✓
2	เปรี๊ยะ กิจรัตน์ (2538)	✓			✓	✓		✓	✓	✓	✓
3	ไพโรจน์ สติรยากร (2547)	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
4	ชารี มณีศรี (2548)	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓
5	ชูชัย สมितिชัย (2548)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
6	นิตยา บุญประเสริฐ (2554)	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓
7	พิเชษฐ์ ไพบูลย์ศิริ (2554)			✓	✓						✓
8	เพ็ชร ภูมิวิเชษฐ์ (2554)		✓		✓						✓
9	สมคิด บางโม (2554)	✓	✓		✓						✓
10	ชาลินี เกษรพิกุล (2555)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		
11	พิสิษฐ์ สุวรรณแพทย์ และ กตัญ มหชนวงศ์ สุวรรณแพทย์ (2561)		✓	✓	✓	✓	✓		✓		
12	นวลฉวี แสงชัย และ พงศ์วิมลสิน สินงาม (2561)		✓	✓	✓			✓		✓	✓
13	ธิดากุล บุญรักษา และ พรพรรณ โพธิ์สุวรรณ (2564)		✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓
14	เสาวภา ปัญจจริยะกุล (2562)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
15	วิทยา ขนชัยภูมิ และมาเรียม นิลพันธ์ (2565)		✓	✓		✓		✓	✓		✓

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลำดับที่	รายชื่อนักวิจัย	โครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรม									
		1. หัวข้อการฝึกอบรม	2. วัตถุประสงค์	3. เนื้อหา	4. วิธีการดำเนินการ	5. ผู้ฝึกสอน	6. ผู้เข้ารับการอบรม	7. สื่อและอุปกรณ์	8. ระยะเวลา	9. งบประมาณ	10. การประเมินผลและติดตามผล
16	พินุลย์ ตัญญบุตร, สมบัติ คชสิทธิ์ และสุภัชฌาน์ ศรีเอี่ยม (2565)	✓	✓		✓				✓		✓
17	นิจิกรณ์ สถาพรพิสิฐนา (2566)	✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓
18	ฉัตรชนา เพริศพริ้ง (2566)	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓
19	Nadler (1989)		✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓
20	Charoenarpornwattana (2022)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 1 องค์ประกอบของการสังเคราะห์โปรแกรมฝึกอบรมจากนักวิชาการแต่ละท่าน ได้กำหนดองค์ประกอบที่ต้องมีในการจัดทำโปรแกรมฝึกอบรมไว้ดังนี้

1. ธงชัย สันติวงษ์ (2531) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรมประกอบไปด้วยหัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ วิธีการและการดำเนินการ ผู้ฝึกสอน ผู้เข้าอบรม งบประมาณ และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

2. เปรื่อง กิจรัตน์ (2538) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วิธีการฝึกอบรม ระยะเวลา งบประมาณ และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

3. ชารี มณีสรี (2548) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ เนื้อหา ระยะเวลา งบประมาณ และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

4. ไพโรจน์ สติธยากร (2547) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ เนื้อหา ผู้ฝึกสอน ผู้เข้าอบรม ระยะเวลา งบประมาณ และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

5. ชูชัย สมิติชัย (2548) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการและการดำเนินการ ผู้ฝึกสอน ผู้เข้าร่วมอบรม ระยะเวลา งบประมาณ และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

6. นิตยา บุญประเสริฐ (2554) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการและการดำเนินการ และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

7. สมคิด บางโม (2554) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย วิธีการและการดำเนินการฝึกอบรม

8. เพ็ชร รูปวิเชต (2554) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ วิธีการและการดำเนินการ และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

9. นวตวิ แสงชัย และพวงศัณช สินงาม (2561) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ เนื้อหา ผู้ฝึกสอน ผู้เข้าร่วมอบรม ระยะเวลาการฝึกอบรม

10. วิทยา ขนชัยภูมิ และมาเรียม นิลพันธ์ (2565) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการและการดำเนินการ ผู้ฝึกสอน ผู้เข้าร่วมอบรม และระยะเวลาในการฝึกอบรม

11. พิเชษฐ์ ไพบุญย์ศิริ (2554) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการและการดำเนินการ ผู้เข้าร่วมอบรม สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม ระยะเวลา งบประมาณ และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

12. ขาตินี เกสรพิกุล (2555) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการและการดำเนินการ สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

13. ธิดากุล บุญรักษา และพรพรรณ โพธิสุวรรณ (2564) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการและการดำเนินการ ผู้ฝึกสอน และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

14. พิสิษฐ์ สุวรรณแพทย์ และกตัญ มหชนวงศ์ สุวรรณแพทย์ (2561) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ เนื้อหา ผู้ฝึกสอน สื่อ และเครื่องมือในการฝึกอบรม ระยะเวลา งบประมาณ และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

15. เสาวภา ปัญจจริยะกุล (2562) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ เนื้อหา สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม ระยะเวลา และเกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

16. นิธิภรณ์ สถาพรพิสิฐนา (2566) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ควรประกอบด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์การฝึกอบรม วิธีการดำเนินการฝึกอบรม รวมถึงระยะเวลาในการฝึกอบรม และการประเมินผลการฝึกอบรม

17. พิบูลย์ ศัญญบุตร และคณะ (2565) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ควรประกอบไปด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์การฝึกอบรม เนื้อหา การฝึกอบรม วิธีการฝึกอบรม รวมถึงสื่อเครื่องมือฝึกอบรม และการประเมินผลหลังฝึกอบรม

18. ฉัตรชนา เพรศพรัง (2566) กลับเห็นเพิ่มเติมจากพิบูลย์ ศัญญบุตร และคณะว่า ควรเพิ่มระยะเวลาในองค์ประกอบของการฝึกอบรมอีก 1 ข้อ ด้วยเช่นกัน

19. Nadler (1989) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ เนื้อหา สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม ระยะเวลา งบประมาณ ในการฝึกอบรม

20. Charoenarpornwattana (2022) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ ของการจัดโปรแกรมฝึกอบรม ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการ และการดำเนินการ ผู้เข้าร่วมอบรม สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม ระยะเวลา และงบประมาณในการฝึกอบรม

จากตารางสังเคราะห์โปรแกรมการฝึกอบรมในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากนักวิชาการ จำนวน 20 ท่าน สำหรับการสังเคราะห์ขั้นตอนการจัดทำโปรแกรม โดยเลือกที่ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 50 มา จำนวนทั้งสิ้น 10 รายการ โดยมีรายละเอียดดังนี้ ๆ ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 หัวข้อองค์ประกอบโปรแกรมฝึกอบรม

ลำดับที่	หัวข้อรายการ	จำนวนนักวิชาการ	ร้อยละ
1	หัวข้อการฝึกอบรม	12	60
2	วัตถุประสงค์การฝึกอบรม	18	90
3	เนื้อหาการฝึกอบรม	15	75
4	วิธีการและการดำเนินการฝึกอบรม	16	80
5	ผู้ฝึกสอนการฝึกอบรม	10	50
6	ผู้เข้าร่วมอบรม	10	50
7	สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม	10	50
8	ระยะเวลาในการฝึกอบรม	11	55
9	งบประมาณในการฝึกอบรม	10	50
10	เกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม	16	80

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 2 แสดงหัวข้อขององค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรม ที่นักวิชาการเลือกนั้น ประกอบไปด้วย 10 หัวข้อจากการสังเคราะห์ ซึ่งในแต่ละหัวข้อสามารถอธิบายได้เพิ่มเติมดังนี้

หัวข้อการฝึกอบรม หมายถึง หัวข้อการฝึกอบรม เป็นแกนหลักที่ช่วยกำหนดแนวทางและเนื้อหาของโปรแกรมฝึกอบรม โดยต้องออกแบบให้เหมาะสมกับเป้าหมายองค์กรและความต้องการของผู้เรียน ความสำคัญของหัวข้อการฝึกอบรมได้รับการยืนยันจากงานวิจัย เช่น Goldstein and Ford (2002) ได้กล่าวไว้ว่า การกำหนดหัวข้อการฝึกอบรม ควรอ้างอิงจากผลการวิเคราะห์ความต้องการขององค์กรและผู้เรียน เพื่อสร้างผลกระทบและผลลัพธ์ที่ชัดเจน อีกทั้ง Blanchard and Thacker (2013) ยังกล่าวอีกว่า หัวข้อการฝึกอบรมต้องสอดคล้องกับเป้าหมายของโปรแกรมฝึกอบรมและความต้องการของผู้เข้าร่วมฝึกอบรม รวมถึง Noe (2024) ก็ได้กล่าวไว้เช่นเดียวกันว่า หัวข้อฝึกอบรม เป็นพื้นที่ของการเรียนรู้ที่ออกแบบมาเพื่อเติมเต็มช่องว่างของทักษะความรู้ หรือเจตคติของผู้เรียน และ Charoenarpornwattana (2022) ได้ระบุไว้ในงานศึกษาวิจัยเรื่อง The development of a training process model for four-star hotels in Pattaya city ถึงการออกแบบและการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมว่า ต้องมีหัวข้อสำหรับการฝึกอบรมมาเป็นอันดับแรก สรุปหัวข้อการฝึกอบรมเป็นแกนหลักที่ช่วยกำหนดแนวทางและเนื้อหาของ

โปรแกรมฝึกอบรม โดยต้องออกแบบให้เหมาะสมกับเป้าหมายองค์กร และความต้องการของผู้เรียน

วัตถุประสงค์การฝึกอบรม หมายถึง เป้าหมาย หรือผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการดำเนินโปรแกรมฝึกอบรม ซึ่งกำหนดขึ้น เพื่อชี้แนวทางในการพัฒนาความรู้ ทักษะ หรือเจตคติของผู้เข้าร่วมฝึกอบรม โดยวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนจะช่วยให้กระบวนการฝึกอบรมมีเป้าหมายที่แน่นอน และสามารถวัดผลความสำเร็จได้ ซึ่ง Goldstein and Ford (2002) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์การฝึกอบรม คือ ผลลัพธ์ที่ชัดเจนที่โปรแกรมฝึกอบรมมุ่งหวังให้เกิดขึ้น โดยออกแบบมาเพื่อเติมเต็มช่องว่างระหว่างระดับการปฏิบัติงานในปัจจุบันกับระดับที่ต้องการ อีกทั้ง Blanchard and Thacker (2013) ยังได้กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์การฝึกอบรม หมายถึง สิ่ง que ผู้เข้าร่วมอบรมควรรู้ (Know) สามารถทำได้ (Do) หรือรู้สึก (Feel) หลังจากเสร็จสิ้นโปรแกรมฝึกอบรม ซึ่งมีความสำคัญต่อการทำให้กิจกรรมการฝึกอบรม สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร รวมทั้ง Armstrong (2021) ยังได้กล่าวไปในทิศทางเดียวกัน คือ วัตถุประสงค์การฝึกอบรม อธิบายถึงผลลัพธ์ที่ตั้งใจให้เกิดขึ้นจากโปรแกรมฝึกอบรม ทั้งในด้านการได้รับความรู้ (Knowledge acquisition) การพัฒนาทักษะ (Skill development) และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavioral change) สรุปวัตถุประสงค์การฝึกอบรม คือ เป้าหมายสำคัญที่ช่วยกำหนดทิศทางและผลลัพธ์ที่คาดหวังจากโปรแกรมฝึกอบรม โดยต้องมีความชัดเจน สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร และสามารถวัดผลได้

เนื้อหาของการฝึกอบรม หมายถึง ข้อมูล ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ที่ถูกกำหนดขึ้นในโปรแกรมฝึกอบรม โดยเนื้อหาดังกล่าวออกแบบมาเพื่อพัฒนาความสามารถของผู้เรียน ให้สอดคล้องกับเป้าหมายการฝึกอบรมและความต้องการขององค์กร เนื้อหาของการฝึกอบรมควรครอบคลุมและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงมีความทันสมัยและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในสถานการณ์การทำงาน Goldstein and Ford (2002) ได้กล่าวไว้ว่า เนื้อหาของการฝึกอบรม หมายถึง ความรู้ ทักษะ และเจตคติที่ถูกรวมไว้ในโปรแกรมฝึกอบรม โดยมุ่งเน้นการเติมเต็มช่องว่างระหว่างระดับการปฏิบัติงานในปัจจุบัน และระดับที่ต้องการ Blanchard and Thacker (2013) ได้กล่าวว่า เนื้อหาของการฝึกอบรม คือ หัวข้อ ตัวอย่าง กิจกรรม และสื่อการเรียนการสอนที่ใช้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการฝึกอบรม สอดคล้องกับ สจัด อุทรานันท์ (2532) ที่ได้กล่าวไว้ว่า เนื้อหาของการฝึกอบรม หมายถึง สารสำคัญที่กำหนดขึ้นเพื่อถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทักษะของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและบริบทของการปฏิบัติงาน รวมถึง นิรันดร์ จุลทรัพย์ (2547) ได้กล่าวในทิศทางเดียวกัน คือ เนื้อหาของการฝึกอบรม คือ ชุดของหัวข้อและกิจกรรมที่ออกแบบมาเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียน ให้สอดคล้องกับเป้าหมายของโปรแกรมฝึกอบรม สรุปเนื้อหาของการฝึกอบรม เป็นหัวใจสำคัญ

ของโปรแกรมฝึกอบรมที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถพัฒนาความรู้ ทักษะ และเจตคติได้อย่างเหมาะสม เนื้อหาที่ดีต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรและความต้องการของผู้เรียนเพื่อให้ตรงความต้องการขององค์กรมากที่สุด

วิธีการและการดำเนินการฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการ หรือขั้นตอน ในการถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียน โดยใช้เทคนิคและรูปแบบการสอนที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถบรรลุเป้าหมายการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ กระบวนการนี้ รวมถึงการเลือกวิธีการสอนที่เหมาะสม การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และการสนับสนุนผู้เข้าร่วมตลอดระยะเวลาของการฝึกอบรม ซึ่ง Gagné and Medsker (1996) ได้กล่าวไว้ว่า วิธีการและการดำเนินการฝึกอบรม หมายถึง กิจกรรมที่ถูกจัดเตรียมอย่างเป็นระบบ รวมถึงกลยุทธ์การสอนและการฝึกปฏิบัติเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะ สอดคล้องกับ Kolb (1984) ที่ได้ให้ความหมายไว้คล้ายคลึงกันว่า วิธีการและการดำเนินการฝึกอบรม ประกอบด้วยการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ เช่น กิจกรรมปฏิบัติ การอภิปรายกลุ่ม และการแก้ไขปัญหา ซึ่งช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและการจดจำความรู้ อีกทั้ง Beevers and Rea (2016) ก็ได้ให้ความหมายไว้ในทิศทางเดียวกัน คือ วิธีการฝึกอบรม หมายถึง เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนการดำเนินการฝึกอบรมเกี่ยวข้องกับการวางแผนกระบวนการเรียนรู้ที่ชัดเจนและการสนับสนุน ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า วิธีการและการดำเนินการฝึกอบรม เป็นหัวใจสำคัญของการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมที่ประสบความสำเร็จ โดยต้องเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมกับผู้เรียนและเป้าหมายของการฝึกอบรม รวมถึงสนับสนุนผู้เรียนในทุกขั้นตอน งานวิจัยของ Gagné and Medsker (1996) Kolb (1984) และ Beevers and Rea (2016) ต่างย้ำถึงความสำคัญของการใช้วิธีการที่หลากหลาย และการดำเนินการฝึกอบรมอย่างมีโครงสร้าง เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ

ผู้ฝึกสอนการฝึกอบรม หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่จัดการ ถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ให้แก่ผู้เข้าร่วมฝึกอบรม โดยใช้เทคนิคการสอนที่เหมาะสมและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมที่กำหนดไว้ ผู้ฝึกสอนต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะในการสื่อสาร รวมถึงความสามารถในการสร้างแรงจูงใจ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน Brookfield (1990) ได้ให้ความหมายของผู้ฝึกสอนไว้ว่า ผู้ฝึกสอน คือ ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก โดยสร้างโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และพัฒนาผ่านกิจกรรมฝึกอบรมที่มีโครงสร้าง ด้าน Peterson and Hicks (1996) ก็ได้ให้ความหมายไว้ในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ฝึกสอน คือ ผู้เชี่ยวชาญที่ดำเนินการฝึกอบรม โดยออกแบบให้ตอบสนองต่อความต้องการพัฒนา ทั้งในระดับองค์กรและบุคคล ร่วมด้วย

Korte (2007) ก็ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ฝึกสอนทำหน้าที่ทั้งในบทบาทของครูและโค้ช โดยนำผู้เรียนผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และให้คำแนะนำเพื่อพัฒนาตนเอง และ Downey (2011) ก็ได้ให้ความหมายของไปในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้ฝึกสอนคือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารซึ่งทำหน้าที่ออกแบบและดำเนินการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทักษะอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสรุปแล้ว อาจกล่าวได้ว่า ผู้ฝึกสอนการฝึกอบรม เป็นบุคคลสำคัญที่ช่วยให้กระบวนการฝึกอบรมบรรลุเป้าหมายที่กำหนด โดยต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมและมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และเจตคติ ความสำคัญของผู้ฝึกสอนได้รับการเน้นย้ำในงานวิจัย เช่น Brookfield (1990) Peterson and Hicks (1996) Korte (2007) และ Downey (2011) ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ฝึกสอนที่มีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มคุณค่าของโปรแกรมฝึกอบรมและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียนให้บรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้

ผู้เข้าร่วมอบรม หมายถึง บุคคลที่เข้าร่วมในกระบวนการฝึกอบรม โดยมีบทบาทเป็นผู้เรียน หรือผู้ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาทักษะ ความรู้ และเจตคติที่กำหนดไว้ในโปรแกรมฝึกอบรม ผู้เข้าร่วมอบรมเป็นศูนย์กลางของกระบวนการเรียนรู้ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการฝึกอบรม Honey and Mumford (1986) ได้กล่าวว่า ผู้เข้าร่วมอบรม คือ บุคคลที่เข้าร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ที่ถูกออกแบบมาเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และเจตคติ โดยสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร หรือบุคคล และ Heron (1992) ยังได้กล่าวในลักษณะเดียวกันว่า ผู้เข้าร่วมอบรม คือ ผู้เรียนที่มีบทบาทเชิงรุกในการเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรม โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และนำแนวคิดใหม่ไปปรับใช้ในบริบทของตนเอง Steinmetz (2000) กล่าวว่า ผู้เข้าร่วมอบรม เป็นศูนย์กลางของโปรแกรมฝึกอบรม การเรียนรู้และการพัฒนาของพวกเขาเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของโปรแกรม ด้าน Silberman (2006) กล่าวว่า ผู้เข้าร่วมอบรม คือ ผู้เรียนที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมและการอภิปราย เพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของพวกเขา สรุปได้ว่า ผู้เข้าร่วมอบรม คือ บุคคลที่เข้าร่วมการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถของตนเอง มีส่วนช่วยให้ทีมบรรลุเป้าหมาย และเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กร ผู้เข้าร่วมอบรม เป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการฝึกอบรม โดยมีบทบาททั้งในฐานะผู้เรียน ผู้ร่วมอภิปราย และผู้ประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้รับ ความสำคัญของผู้เข้าร่วมอบรมได้รับการเน้นย้ำในงานวิจัย เช่น Honey and Mumford (1986) Heron (1992) Steinmetz (2000) และ Silberman (2006) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้เข้าร่วมอบรมที่มีส่วนร่วมอย่างจริงจัง จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและประสิทธิภาพของโปรแกรมฝึกอบรมในทุกมิติ

สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม หมายถึง วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการสนับสนุนกระบวนการฝึกอบรม เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น พัฒนาทักษะ

ที่จำเป็น และสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ สื่อและเครื่องมือเหล่านี้ ควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ เนื้อหา และกลุ่มเป้าหมายของการฝึกอบรม Gagné and Briggs (1974) ได้ให้ความหมายของสื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม คือ ทรัพยากร วัสดุ และอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการเรียนรู้ โดยการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เรียน และเพิ่มประสิทธิภาพของการฝึกอบรม อีกทั้ง Clark (1983) ยังได้ให้ความหมายของสื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม หมายถึง วิธีการที่ใช้ในการถ่ายทอดเนื้อหาให้กับผู้เรียน เช่น สื่อแบบดั้งเดิมและแพลตฟอร์มเทคโนโลยี ส่วนด้านของ Merrill (1991) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม เป็นเครื่องมือในการฝึกอบรม คือ อุปกรณ์ หรือกลไกที่ออกแบบมาเพื่อถ่ายทอด เสริมสร้าง และประเมินการเรียนรู้ผ่านการมองเห็น การฟัง และการลงมือปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับ Reiser and Dempsey (2017) ได้ให้ความหมายของสื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม ที่ประกอบด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัล การจำลองสถานการณ์ และเทคโนโลยีการสอนที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการการเรียนรู้ที่หลากหลาย ดังนั้น สื่อและเครื่องมือในการฝึกอบรม จึงสรุปได้ว่า เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเสริมประสิทธิภาพของการฝึกอบรม โดยสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ความสำคัญของสื่อและเครื่องมือได้รับการเน้นย้ำในงานวิจัย เช่น Gagné and Briggs (1974) Clark (1983) Merrill (1991) และ Reiser and Dempsey (2017) ซึ่งต่างชี้ให้เห็นว่า การเลือกใช้สื่อและเครื่องมือที่เหมาะสม สามารถช่วยสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนได้อย่างดี

ระยะเวลาการฝึกอบรม หมายถึง ช่วงเวลาที่กำหนดสำหรับการดำเนินโปรแกรมฝึกอบรม ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการเรียนรู้ เวลานี้ ควรได้รับการวางแผนอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องพิจารณาถึงความซับซ้อนของเนื้อหา วัตถุประสงค์การฝึกอบรม และลักษณะของผู้เรียน ซึ่ง Harris (1980) ได้ให้ความหมายระยะเวลาการฝึกอบรมไว้ว่า ช่วงเวลาที่กำหนดไว้สำหรับการถ่ายทอดเนื้อหาและดำเนินกิจกรรมที่ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโปรแกรมฝึกอบรม สอดคล้องกับ Kirkpatrick (1998) ได้ให้ความหมายไว้ใกล้เคียงกันว่า ระยะเวลาการฝึกอบรม ที่ควรสอดคล้องกับความซับซ้อนของเนื้อหาและผลลัพธ์ที่ต้องการ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้าน Phillips (2003) ได้กล่าวไว้ว่า ระยะเวลาการฝึกอบรม คือ ระยะเวลาที่กำหนดไว้สำหรับการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ โดยต้องสมดุลระหว่างความรู้ของเนื้อหาและระดับความสนใจของผู้เรียน โดยที่ Broadwell (2006) กล่าวว่า ระยะเวลาการฝึกอบรม เป็นปัจจัยสำคัญในการออกแบบโปรแกรม โดยมีผลต่อการถ่ายทอดเนื้อหา การจดจำของผู้เรียน และประสิทธิภาพโดยรวม ซึ่งระยะเวลาการฝึกอบรม สรุปได้ว่า

เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ต้องพิจารณาในกระบวนการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม โดยต้องสอดคล้องกับเนื้อหา วัตถุประสงค์ และลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ความสำคัญของการกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม ได้รับการเน้นย้ำในงานวิจัย เช่น Harris (1980) Kirkpatrick (1998) Phillips (2003) และ Broadwell (2006) ที่แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาที่เหมาะสมส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้และความสำเร็จของโปรแกรมฝึกอบรม

งบประมาณการฝึกอบรม หมายถึง ทรัพยากรทางการเงินที่จัดสรรสำหรับการออกแบบดำเนินการ และประเมินผลโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การกำหนดงบประมาณที่เหมาะสม ช่วยให้กระบวนการฝึกอบรมมีประสิทธิภาพ สามารถครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และสร้างผลลัพธ์ที่คุ้มค่าต่อองค์กร Dessler (2000) ได้กล่าวไว้ว่า งบประมาณการฝึกอบรม คือ ทรัพยากรทางการเงินที่จัดสรรสำหรับการวางแผน ดำเนินการ และประเมินโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อสนับสนุนการพัฒนาองค์กรและบุคลากร ด้าน Biech (2005) กล่าวว่า งบประมาณการฝึกอบรม คือ การจัดสรรงบประมาณเพื่อครอบคลุมค่าใช้จ่าย เช่น วัสดุ ค่าผู้สอน ค่าเช่าสถานที่ และเครื่องมือประเมินผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการฝึกอบรม Goldstein and Ford (2002) ก็ได้กล่าวไว้ในทิศทางเดียวกัน คือ งบประมาณการฝึกอบรม ควรมีความสมดุลระหว่างความคุ้มค่าและประสิทธิภาพ โดยต้องจัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ เช่นเดียวกันกับ Harrison (2009) ที่กล่าวไว้ว่า งบประมาณการฝึกอบรม ครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการฝึกอบรม ตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการ จนถึงการประเมินผลหลังการฝึกอบรม และ Noe (2024) ที่กล่าวไว้ว่า งบประมาณการฝึกอบรม คือ แผนการเงินเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรลงทุนในพัฒนาบุคลากร เพื่อให้ได้ประโยชน์ในระยะยาว ดังนั้น อาจสรุปได้ว่า งบประมาณการฝึกอบรม เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สนับสนุนความสำเร็จของโปรแกรมฝึกอบรม โดยต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ ครอบคลุมค่าใช้จ่ายทุกด้าน และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ ตามที่ Dessler (2000) Biech (2005) Goldstein and Ford (2002) Harrison (2009) และ Noe (2024) ต่างชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของการฝึกอบรม

เกณฑ์ประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม หมายถึง เครื่องมือ หรือกรอบการวัดผลที่ใช้ในการตรวจสอบและวิเคราะห์ความสำเร็จของโปรแกรมฝึกอบรม ทั้งในแง่ของผลลัพธ์การเรียนรู้ ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม และผลกระทบต่อองค์กร การประเมินและติดตามผลช่วยให้ทราบถึงประสิทธิภาพของโปรแกรม รวมถึงแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการฝึกอบรมในอนาคต Kirkpatrick (1994) ได้กล่าวไว้ว่า เกณฑ์ประเมิน หมายถึง วิธีการที่ใช้ประเมินผลความสำเร็จของการฝึกอบรมในระดับต่าง ๆ ได้แก่ ความพึงพอใจ การเรียนรู้

การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และผลลัพธ์ต่อองค์กร และ Phillips (1996) ก็ยังให้ความหมาย การติดตามและประเมินผลว่า คือ กระบวนการรวบรวม วิเคราะห์ และรายงานข้อมูลเกี่ยวกับ ผลลัพธ์ของการฝึกอบรม เพื่อประเมินความคุ้มค่าของการลงทุนและผลกระทบโดยรวม ด้านของ Brinkerhoff (2006) กล่าวว่า เกณฑ์ประเมินในการฝึกอบรม เน้นการวัดว่า การฝึกอบรม บรรลุเป้าหมายหรือไม่ และมีส่วนช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายเพียงใด และ Rossi, Lipsey, and Freeman (2019) กล่าวว่า กรอบการประเมิน เป็นแนวทางที่มีโครงสร้างในการวัดประสิทธิผล ของโปรแกรมฝึกอบรม ทั้งในด้านผลลัพธ์ทันทีและผลกระทบในระยะยาว ดังนั้น เกณฑ์ประเมิน และติดตามผลการฝึกอบรม จึงสรุปได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการตรวจสอบประสิทธิภาพ ของโปรแกรมฝึกอบรม โดยเน้นการประเมินในหลายระดับ เช่น ความพึงพอใจ การเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และผลลัพธ์ต่อองค์กร ที่นักวิจัยอย่าง Kirkpatrick (1994) Phillips (1996) Brinkerhoff (2006) Rossi et al. (2019) และ Salas et al. (2020) ต่างเน้นย้ำถึง ความสำคัญของการประเมินและติดตามผลที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณค่า ของโปรแกรมฝึกอบรม

สรุป องค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรม เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยให้การออกแบบ และดำเนินการฝึกอบรมเป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 10 ด้าน ได้แก่ หัวข้อ วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการ ผู้ฝึกสอน ระยะเวลา กลุ่มเป้าหมาย สื่อ วัสดุ สถานที่ และการประเมินผล ส่วนมีบทบาทที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องในการสร้าง ประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน การจัดองค์ประกอบเหล่านี้รอบคอบ ไม่เพียงส่งผลต่อคุณภาพของการเรียนรู้เท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงความพร้อมขององค์กรในการลงทุน เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรในระยะยาว โดยเฉพาะในภาคธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม ที่ต้องอาศัย ความเชี่ยวชาญ ความเข้าใจลูกค้า และการประยุกต์ใช้ทักษะในสถานการณ์จริงอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวได้ว่า องค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรม จึงมิใช่เพียงรายละเอียดปลีกย่อย แต่เป็นแกนหลัก ของการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ที่ตอบสนองเป้าหมายขององค์กรและความต้องการของผู้เรียน ในโลกการทำงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ดังนั้น การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม จากกระบวนการให้ได้มาซึ่งกระบวนการฝึกอบรม ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และเรียบเรียง โดยพิจารณาจากการกำหนดวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม แล้วจึงกำหนดหัวข้อของการฝึกอบรมเพื่อเป็นกรอบในการจัดทำเนื้อหา แล้วนำไปสรรหาผู้ฝึกสอน อบรม รวมถึงผู้ร่วมอบรม และออกแบบสื่อการอบรมก่อนดำเนินการฝึกอบรม โดยทั้งหมด อยู่ในงบประมาณการจัดการในการฝึกอบรม และสุดท้าย คือ การติดตามประเมินผลการฝึกอบรม ทั้งหมด คือ ผลของการสังเคราะห์กระบวนการฝึกอบรม ที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาโปรแกรม

ฝึกอบรม เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่ง
ในกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder theory) ของ Edward Freeman ถูกนำเสนอ
ในปี ค.ศ. 1984 ในหนังสือ “Strategic management: A stakeholder approach” โดย Freeman ระบุว่า
การบริหารองค์กรไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการสร้างกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้น (Shareholders) เท่านั้น
แต่ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์และความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร
ในทุกด้าน ทั้งนี้ Freeman (1984) ยังได้ให้ความหมายไว้ว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล
หรือกลุ่มที่สามารถส่งผลต่อ หรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร เช่น ลูกค้า
ผู้ถือหุ้น พนักงานลูกค้า ชุมชน และรัฐบาล ซึ่งการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นการทำให้มั่นใจว่า
องค์กรสามารถตอบสนองความคาดหวัง และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
เพื่อความยั่งยืนและความสำเร็จในระยะยาว นอกจากนี้ ยังมี Donaldson and Preston (1995)
ที่กล่าวถึงทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีพื้นฐานทั้งในเชิงจริยธรรมและการปฏิบัติ ช่วยให้องค์กร
ตระหนักถึงความรับผิดชอบในมิติสังคมและเศรษฐกิจ ด้านของ Clarkson (1995) ได้กล่าวไว้ว่า
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงและกลุ่มที่ได้รับ
ผลกระทบโดยอ้อม ด้านของ Mitchell, Agle, and Wood (1997) ยังได้เสนอกรอบการวิเคราะห์
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยพิจารณาปัจจัย 3 ด้าน คือ อำนาจ ความชอบธรรม และความเร่งด่วน
นอกจาก 3 อย่างที่กล่าวมาแล้ว Jensen (2002) ยังแนะนำว่า องค์กรที่มุ่งเน้นการตอบสนอง
ความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถลดความขัดแย้งและเพิ่มความสำเร็จในระยะยาว
อีกทั้ง Phillips, Freeman, and Wicks (2003) ยังเสริมและเน้นว่า การบริหาร กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ต้องมีความโปร่งใสและสร้างผลประโยชน์ร่วม (Shared value) ท้ายสุด Post, Preston, and Sachs
(2002) กล่าวว่า การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กร
ดังนั้น จึงจะเห็นได้ว่า การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นั้น มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งกับองค์กร
ทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ล้วนสำคัญทั้งสิ้น นอกจากนี้
การจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นบุคคลภายในและบุคคลภายนอกแล้ว Freeman (1984)
ได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก คือ กลุ่มที่มี
ความสำคัญโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น ลูกค้า พนักงานผู้ถือหุ้น และซัพพลายเออร์ และ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรอง คือ กลุ่มที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรง แต่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์
และความสำเร็จขององค์กร เช่น สื่อมวลชน ชุมชน และกลุ่มสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้แนวคิดของ

Freeman and Carroll (1993) ยังได้ขยายแนวคิดเรื่องผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปสู่กรอบจริยธรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate social responsibility: CSR) โดยเสนอพีระมิดแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม (Pyramid of CSR) ซึ่งประกอบด้วย 4 ระดับ ได้แก่ 1) ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic responsibility) การแสวงหากำไรเป็นฐานแรกของการอยู่รอดขององค์กร 2) ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย (Legal responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้กฎหมายและกฎระเบียบ 3) ความรับผิดชอบต่อจริยธรรม (Ethical responsibility) การดำเนินธุรกิจด้วยความถูกต้อง ชอบธรรม แม้สิ่งนั้นจะไม่ถูกบัญญัติในกฎหมาย และ 4) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Philanthropic responsibility) การตอบแทนสังคมในรูปแบบของการช่วยเหลือหรือสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ Carroll ชี้ให้เห็นว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะประเมินองค์กรไม่เพียงได้จากกำไร หรือกฎหมายเท่านั้น แต่ยังรวมถึงภาพลักษณ์ด้านคุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรแสดงออกต่อสังคมด้วย ซึ่งแนวคิดนี้ สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม ที่ต้องให้ความสำคัญทั้งกับลูกค้า พนักงาน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อกลยุทธ์ขององค์กรในธุรกิจบริการด้านโรงแรม ในธุรกิจการบริการด้านโรงแรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดและดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และสร้างความยั่งยืนในระยะยาว โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก ต่างมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาองค์กรในหลายมิติ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญต่อกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรม ทั้งในด้านการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ การสร้างความสัมพันธ์เชิงบวก และการส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาว Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) Gronroos (1984), Donaldson and Preston (1995), Post et al. (2002) และ Harrison and Freeman (1999) ต่างเน้นย้ำว่า การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างมูลค่าและบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงมีผลต่อธุรกิจโรงแรมทั้งสิ้น

โดยสรุปทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นแนวคิดที่มองว่า องค์กรไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน หากคำนึงถึงเพียงผลกำไร หรือผู้ถือหุ้นเท่านั้น แต่ต้องใส่ใจต่อกลุ่มคนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน คู่ค้า ชุมชน หรือหน่วยงานภาครัฐ การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้ ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดี ลดความขัดแย้ง และเพิ่มโอกาสในการพัฒนาในระยะยาว ในธุรกิจ

บริการอย่างโรงแรม การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสมยิ่งมีความสำคัญ เพราะความคาดหวังของลูกค้าและภาพลักษณ์ขององค์กรมีผลต่อความสำเร็จโดยตรง องค์กรที่สามารถสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม ย่อมมีโอกาสเติบโต แข่งขันได้ และได้รับการยอมรับในสังคมมากขึ้น

บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อกลยุทธ์ในธุรกิจโรงแรม

1. ลูกค้า (Customers) ลูกค้าเป็นศูนย์กลางของกลยุทธ์องค์กรในธุรกิจโรงแรม การตอบสนองความต้องการและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลยุทธ์ ตามที่ Parasuraman et al. (1988) ได้กล่าวไว้ว่า ลูกค้าเป็นผู้กำหนดคุณภาพการบริการ (Service quality) ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาประสบการณ์ลูกค้า นอกจากนี้ Hawkins and Bohdanowicz (2011) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะลูกค้า เพื่อปรับปรุงการบริการและสร้างความพึงพอใจสูงสุด

2. พนักงาน (Employees) พนักงานมีบทบาทสำคัญในการส่งมอบบริการ และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า องค์กรจึงต้องพัฒนากลยุทธ์ เพื่อเสริมสร้างทักษะ และแรงจูงใจ โดย Gronroos (1984) ระบุว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ช่วยพัฒนาคุณภาพบริการในมิติ ทั้งนี้ นิสิต พรหมสาขา ณ สกลนคร, ธนวรรณ กุลไพศาล และ ธนเดช นิ่มเจริญ (2561) เสริมว่า ควรให้ความสำคัญกับการสรรหาและรักษานักวิชาการ สร้างแรงจูงใจ การประเมินผล และความเสมอภาคในสิทธิมนุษยชน อรอนงค์ อินทรประเสริฐ (2564) กล่าวเพิ่มเติมว่า กลยุทธ์ต้องคำนึงถึงเปลี่ยนแปลงและความสามารถขององค์กร เพื่อช่วยให้พนักงานปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผู้ถือหุ้น (Shareholders) ผู้ถือหุ้นมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์องค์กร โดยเฉพาะด้านการลงทุนและการเพิ่มผลตอบแทน Donaldson and Preston (1995) ระบุว่า การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้น ต้องเน้นสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางการเงิน และความยั่งยืน นอกจากนี้ สุณิสิต พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ (2561) ชี้ว่า การจัดการด้านการเงิน เช่น การติดตามผล การประเมินความเสี่ยง และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสร้างผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นและส่งเสริมการเติบโตขององค์กร

4. ชุมชนท้องถิ่น (Local communities) โรงแรมมีบทบาทในการสนับสนุนชุมชน ผ่านการทำงาน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจในท้องถิ่น สอดคล้องกับ Post, Preston, and Sachs (2002) ที่กล่าวว่า การพิจารณาผลกระทบที่มีต่อชุมชน ในกลยุทธ์องค์กร ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ในระยะยาว นอกจากนี้ Hawkins and Bohdanowicz (2011) ได้เน้นถึงความสำคัญของการระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของธุรกิจ เช่น

ชุมชนท้องถิ่น และการให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของพวกเขา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และยั่งยืน

5. ซัพพลายเออร์ (Suppliers) ซัพพลายเออร์ เป็นผู้สนับสนุนที่สำคัญในกระบวนการดำเนินงาน เช่น การจัดหาวัสดุที่มีคุณภาพ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน Harrison and Freeman (1999) ได้กล่าวว่า การบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ในเชิงกลยุทธ์ ช่วยให้องค์กรเพิ่มความยั่งยืนและลดต้นทุนการดำเนินงาน นอกจากนี้ Hawkins and Bohdanowicz (2011) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการขอความร่วมมือจากห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) เช่น ผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม

โดยสรุป ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดและขับเคลื่อนกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรมในหลายมิติ ลูกค้ายเป็นศูนย์กลางของกลยุทธ์ที่เน้นคุณภาพการบริการและความพึงพอใจ ขณะที่พนักงานมีบทบาทในการส่งมอบประสบการณ์ที่ดี องค์กรจึงต้องวางกลยุทธ์เพื่อพัฒนาและรักษาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านของผู้ถือหุ้น กลยุทธ์ต้องคำนึงถึงผลตอบแทนทางการเงินควบคู่กับความยั่งยืน ส่วนชุมชนท้องถิ่นเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของโรงแรม กลยุทธ์จึงควรส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสร้างผลกระทบเชิงบวกอย่างยั่งยืน สุดท้าย ซัพพลายเออร์มีบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงานด้านวัตถุดิบและบริการ การสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับซัพพลายเออร์จึงช่วยให้โรงแรมสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ต่อธุรกิจโรงแรม

การให้ความสำคัญและการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก เช่น ลูกค้า พนักงานชุมชน และซัพพลายเออร์ มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของโรงแรม โดยการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจโรงแรมช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และลดความเสี่ยงในระยะในธุรกิจโรงแรม

1. เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า การคำนึงถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าช่วยให้โรงแรมสามารถพัฒนาบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้ตรงจุด ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและความภักดีต่อแบรนด์ นอกจากงานของ Parasuraman et al. (1988) และ Kotler and Keller (2012) ยังระบุว่า การตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความภักดีถึงความพึงพอใจของลูกค้า มีความสัมพันธ์โดยตรงกับความสำเร็จขององค์กร

2. การสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและการมอบสวัสดิการที่ดีให้กับพนักงาน การจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี และการมอบสวัสดิการที่เหมาะสมส่งผลให้พนักงาน มีแรงจูงใจในการทำงาน และพร้อมมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้า นอกจากนี้ Gronroos (1984) Schneider and Bowen (1993) ได้กล่าวว่า การลงทุนในพนักงานเป็นการลงทุนในคุณภาพ การบริการ

3. สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับชุมชน การสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน เช่น การจ้างงานในท้องถิ่น การร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการทำโครงการเพื่อสังคม ช่วยสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรม และเพิ่มการสนับสนุนจากชุมชน นอกจากนี้ Post, Preston, and Sachs (2002) และ Porter and Kramer (2006) ได้กล่าวว่า การสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนช่วยเสริมสร้าง ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

4. เพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยสร้างความแตกต่างในตลาด เช่น การพัฒนานวัตกรรมบริการ หรือการปรับตัวต่อความต้องการ ที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้า นอกจากนี้ Zeithaml et al. (2006) และ Barney (1991) ได้กล่าวว่า ทรัพยากรมนุษย์และความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กร สามารถเป็นแหล่งที่มาของ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

5. สร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร การพิจารณาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ช่วยให้องค์กรมีการวางแผนในระยะยาว ทั้งในด้านการเงิน สังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ Elkington (1997) และ Dyllick and Hockerts (2002) ได้กล่าวว่า ความยั่งยืนขององค์กรต้องคำนึงถึง มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

6. ลดความขัดแย้งและความเสี่ยง การรับฟังความคิดเห็นและการตอบสนองต่อ ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ช่วยลดความขัดแย้งและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ Mitchell et al. (1997) และ Freeman (1984) ได้กล่าวว่า การบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จขององค์กร

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจโรงแรม ช่วยสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดี เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และลดความเสี่ยง ในระยะยาว จากข้อมูลต่าง ๆ ที่กล่าวมาต่าง ยืนยันว่า การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนในธุรกิจโรงแรมในระยะยาวได้

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ (Service quality) Parasuraman et al. (1988) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง (Expectations) ของลูกค้าเกี่ยวกับบริการที่พวกเขาคิดว่าจะได้รับ กับการรับรู้ (Perceptions) ของลูกค้าที่มีต่อบริการที่ได้รับจริง ซึ่งการเปรียบเทียบนี้ ทำให้สามารถวัดระดับความพึงพอใจและประสิทธิภาพของบริการได้ ซึ่ง Zeithaml et al. (2006) ก็ได้นิยามคุณภาพการบริการ (Service quality) คือ ระดับที่บริการสามารถตอบสนองความต้องการ (Needs) และความคาดหวัง (Expectations) ของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้อง โดยเน้นว่า การบริการที่มีคุณภาพสูงจะช่วยสร้างความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และส่งเสริมความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ด้าน Gronroos (1984) นิยามว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) คือ ความสามารถของบริการในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยแบ่งคุณภาพการบริการออกเป็น 2 มิติหลัก ได้แก่ คุณภาพทางเทคนิค (Technical quality) และคุณภาพเชิงการทำงาน (Functional quality) ซึ่งทั้ง 2 มิติ มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า และ Lovelock and Wirtz (2011) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยทางกายภาพ พฤติกรรมของพนักงานและกระบวนการที่ช่วยให้บริการมีประสิทธิภาพ นอกจากความหมายของคุณภาพของการบริการที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีนักวิจัยไทยที่ได้นิยามความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) หมายถึง ความสามารถขององค์กร หรือหน่วยงานในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยมุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจ และความประทับใจในบริการที่ได้รับ ซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญด้านการจัดการที่ช่วยให้องค์กรพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ และนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร โดยนักวิจัยชาวไทยได้ให้คำนิยามคุณภาพการบริการไว้หลากหลายมุมมอง เช่น อมรรรัตน์ บุญญา (2557) ลิทธิชัย บำเพ็ญเพียร (2557) ชญานิษฐ์ โสรัส (2559) บัวแก้ว ถาวรบุรณทรัพย์ (2559) สยาม ชูกร (2559) ทศพล เกียรติเจริญผล (2559) ณัฐนุช เจียรประดิษฐ์ (2560) และ มนต์ชญาณ์ โรมินทร์ (2561) อย่างที่กล่าวมาข้างต้น

โดยสรุป คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้อง การบริการที่มีคุณภาพไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้า แต่ยังส่งผลต่อความไว้วางใจ และความสัมพันธ์ในระยะยาว องค์ประกอบของคุณภาพการบริการประกอบด้วยหลายมิติ เช่น ด้านเทคนิคการให้บริการ ความประพฤติดของพนักงาน และความมีประสิทธิภาพของกระบวนการบริการ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของลูกค้าโดยตรง การเข้าใจและบริหาร

จัดการคุณภาพการบริการอย่างเป็นระบบ จึงเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาองค์กรในธุรกิจบริการ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมโรงแรมที่มีการแข่งขันสูง และลูกค้ามีทางเลือกหลากหลาย

องค์ประกอบการสร้างคุณภาพการบริการ

การสร้างคุณภาพการบริการ เป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาองค์กรเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ ซึ่งแนวทางการสร้างคุณภาพการบริการ มีดังนี้

1. การกำหนดมาตรฐานการบริการ การกำหนดมาตรฐานเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้องค์กรมีแนวทางที่ชัดเจนในการปฏิบัติงาน และช่วยให้การบริการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลิทธิชัย บำเพ็ญเพียร (2557) ได้กล่าวไว้ว่า มาตรฐานการบริการควรรวมถึงความรู้ในวิชาชีพ ความสุภาพอ่อนน้อม และกระบวนการบริการที่ชัดเจน ทศพล เกียรติเจริญผล (2559) ได้กล่าวว่าการกำหนดมาตรฐานช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ และการเปรียบเทียบความคาดหวังกับการบริการจริง นอกจากนี้ ภาวิณี ทองแย้ม (2560) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการ ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างคุณภาพการบริการ การจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ และทัศนคติที่เหมาะสม จึงเป็นสิ่งที่จะต้องควรลงทุน อมรรัตน์ บุญภา (2557) กล่าวว่า บุคลากรต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และมีความสุภาพต่อผู้รับบริการ บัวแก้ว ถาวรบุรณทรัพย์ (2559) กล่าวว่า บุคลากรต้องมีความพร้อมในด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เพื่อสร้างความประทับใจ นอกจากนี้ วิมลรัตน์ หงส์ทอง (2555) ได้กล่าวว่า ผู้ปฏิบัติงานบริการมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการให้บริการ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการ

3. การพัฒนากระบวนการให้บริการ กระบวนการบริการที่ราบรื่นและโปร่งใส ช่วยลดความซับซ้อนและเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ชญานิษฐ์ โสรัส (2559) กล่าวว่า การให้บริการที่ตรงต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ ช่วยสร้างความแตกต่างให้แก่องค์กร สยาม ชูกร (2559) กล่าวว่า กระบวนการบริการควรออกแบบให้เหมาะสมกับเวลา และสถานที่ รวมถึงสร้างความสะดวกสบายสูงสุดให้กับผู้รับบริการ นอกจากนี้ ภารดี เทพคายณ (2562) ได้กล่าวว่า การสร้างคุณภาพการบริการต้องอาศัยส่วนประกอบต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กัน โดยเริ่มตั้งแต่การเข้าใจและเข้าใจถึงความจำเป็น ความต้องการ ความคาดหวัง รวมไปถึงประสบการณ์ในการใช้บริการที่แตกต่างกันของลูกค้า

4. การใช้เทคโนโลยีในการบริการ เทคโนโลยีช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ระบบการจองออนไลน์ หรือการให้บริการแบบดิจิทัล ฌฐนุช เจียรประดิษฐ์ (2560) กล่าวว่า การใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและลดเวลาในการบริการ นอกจากนี้ ชัชวาล อรวงศ์สุกทนต์ (2554) ได้กล่าวว่า การใช้เทคโนโลยีในการบริการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ วิมลรัตน์ หงส์ทอง (2555) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของการบริการ ซึ่งรวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ

5. การประเมินผลและปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง การรับฟังความคิดเห็น ของผู้รับบริการและการวัดผลการบริการ ช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาต่อเนื่อง มนัสชญาน์ โรมินทร์ (2561) กล่าวว่า การประเมินผลตามเกณฑ์มาตรฐานและการรับฟัง ข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการ เป็นสิ่งสำคัญต่อการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ภาวิณี ทองแย้ม (2560) ได้กล่าวว่า การวัดคุณภาพการบริการเป็นสิ่งท้าทายของนักการตลาด ซึ่งต้องมีการประเมินและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

6. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ความสัมพันธ์ที่ดี ช่วยสร้างความประทับใจและความภักดีของผู้รับบริการ บัวแก้ว ถาวรบุญทรัพย์ (2559) กล่าวว่า การปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ช่วยสร้างความพึงพอใจหลังจากการใช้ บริการของลูกค้า นอกจากนี้ เกดิษฐ์ เกิดโกคา (2551) ได้กล่าวว่า ผู้ให้บริการต้องมีจิตใจรัก ในการให้บริการที่ดี (Service mind) ซึ่งประกอบด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าด้วยใจรัก การบริการ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การสร้างคุณภาพการบริการเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ความร่วมมือ จากทุกภาคส่วนในองค์กร โดยมีการกำหนดมาตรฐาน การพัฒนาบุคลากร การปรับปรุง กระบวนการ การใช้เทคโนโลยี การประเมินผล และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ ทั้งหมดนี้ เป็นแนวทางสำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ ตรงต่อ ความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการ

ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่องานบริการด้านโรงแรม

คุณภาพการบริการ (Service quality) มีบทบาทสำคัญในธุรกิจโรงแรมในการเพิ่ม ความพึงพอใจของลูกค้า สร้างความไว้วางใจ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว และเป็นปัจจัย สำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากลูกค้าในธุรกิจโรงแรม มีความคาดหวังต่อบริการที่สูง โดยเฉพาะในเรื่องความสะดวกสบาย การดูแลเอาใจใส่ และ ความคุ้มค่าที่ได้รับ คุณภาพการบริการ ช่วยเพิ่มความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดี

ของลูกค้า ส่งเสริมความสัมพันธ์ระยะยาว และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น
คุณภาพการบริการจึงมีความสำคัญต่อธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การบริหารคุณภาพ
การบริการ เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จ
ในธุรกิจโรงแรม ซึ่งมีองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าถือเป็นหนึ่งใน
เป้าหมายหลักของการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่ง Parasuraman et al. (1988) ระบุว่า การลดช่องว่าง
ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า
ทั้งนี้ Kotler and Keller (2016) ยังได้สนับสนุนว่า คุณภาพการบริการที่ดีส่งผลโดยตรงต่อการซื้อซ้ำ
และความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า ขณะเดียวกัน Oliver (1997) เสริมว่า การบริการที่สอดคล้อง
กับความคาดหวังของลูกค้าช่วยสร้างความพึงพอใจในระยะยาว

2. เสริมสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ระยะยาว คุณภาพการบริการเป็นเครื่องมือ
สำคัญในการสร้างความไว้วางใจในแบรนด์ ซึ่ง Gronroos (1984) ชี้ว่า การบริการที่มีคุณภาพ
ทั้งเชิงเทคนิคและเชิงการทำงาน ส่งผลต่อความไว้วางใจของลูกค้า นอกจากนี้ Berry (1995)
เน้นย้ำว่า ความไว้วางใจเป็นหัวใจสำคัญของความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างลูกค้าและองค์กร
โดย Zeithaml et al. (2006) ระบุเพิ่มเติมว่า ความไว้วางใจในแบรนด์ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์
ที่ยั่งยืน

3. สร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง เช่น
ธุรกิจโรงแรม คุณภาพการบริการถือเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความแตกต่าง Zeithaml et al. (2006)
กล่าวว่า การบริการที่โดดเด่น สามารถช่วยให้ธุรกิจแตกต่างจากคู่แข่ง สอดคล้องกับ Lovelock and
Wirtz (2011) ที่ระบุว่า การลงทุนในคุณภาพการบริการเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างรายได้เปรียบ
เชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้ Kandampully and Suhartanto (2000) ชี้ว่า การรักษาฐานลูกค้าด้วยคุณภาพ
การบริการที่ดีสามารถลดต้นทุนทางการตลาดได้

4. เพิ่มผลตอบแทนทางธุรกิจ คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อผลตอบแทนของธุรกิจ
โดย Kotler and Keller (2016) ระบุว่า การบริการที่ดีช่วยกระตุ้นการบอกต่อในเชิงบวก ขณะที่
Reichheld and Sasser (1990) ระบุว่า ลูกค้าที่พึงพอใจมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ ส่งผลให้
รายได้ในระยะยาวเพิ่มขึ้น Heskett et al. (1994) เสริมว่า ผลตอบแทนทางธุรกิจจะเพิ่มขึ้น
อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อคุณภาพการบริการตรงกับความต้องการของลูกค้า

5. การรักษาคุณภาพการบริการช่วยลดข้อผิดพลาด Bitner (1992) ชี้ให้เห็นว่า
สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการบริการที่ดีและการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ช่วยลดปัญหา
และข้อร้องเรียนของลูกค้า Johnston (1995) ยังระบุว่า การแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ขณะที่ Lewis and McCann (2004) เน้นว่า การให้บริการที่ไร้ข้อผิดพลาด ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

6. เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร Lovelock and Wirtz (2011) กล่าวว่า คุณภาพการบริการที่ดี เป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ Zeithaml et al. (1996) ระบุว่า ภาพลักษณ์องค์กรที่ดี ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ในขณะที่ Berry and Parasuraman (1991) เสริมว่า คุณภาพการบริการที่ยอดเยี่ยมช่วยสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ที่แข็งแกร่ง

7. ตอบสนองความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้า Harrison-Walker (2000) ชี้ว่า ความสามารถในการปรับตัวและปรับปรุงคุณภาพบริการ ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดย Kotler and Keller (2016) เน้นว่า โรงแรมที่สามารถตอบสนองความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้าได้ จะมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง Olsen et al. (1998) ยังระบุว่า ความยืดหยุ่นของบริการ ช่วยสร้างความพึงพอใจและรักษาสถานลูกค้า

8. กระตุ้นความภักดีของลูกค้า Noe (2024) เน้นว่า คุณภาพการบริการที่ดีช่วยเพิ่มฐานลูกค้าที่ภักดี Oliver (1999) เสริมว่า ความประทับใจในการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความภักดี Zeithaml et al. (1996) ยังระบุว่า ลูกค้าที่ภักดีสามารถลดต้นทุนทางการตลาด และเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ

9. สร้างความมั่นใจในบริการ Blanchard and Thacker (2013) ชี้ว่า การบริการที่มั่นคง และเชื่อถือได้ ช่วยเพิ่มความมั่นใจของลูกค้า Berry and Parasuraman (1991) เน้นว่า มาตรฐานการบริการที่ชัดเจน ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ Kotler and Keller (2016) เสริมว่า ความมั่นใจในแบรนด์ช่วยกระตุ้นการกลับมาใช้บริการซ้ำ

10. เพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร Tjiptono (2019) ระบุว่า การบริหารคุณภาพการบริการ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานและลดข้อผิดพลาด ขณะที่ Gronroos (2000) ชี้ว่า การบริการที่มีคุณภาพสูงช่วยพัฒนาประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร Heskett et al. (1994) เสริมว่า ระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพช่วยลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพการบริการ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลโดยตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากลูกค้าในอุตสาหกรรมนี้ มีความคาดหวังสูงต่อบริการในเรื่องความสะดวกสบาย การดูแลเอาใจใส่ และความคุ้มค่า การให้บริการที่มีคุณภาพช่วยสร้างความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีของลูกค้า ซึ่งมีผลกระทบเชิงบวกต่อชื่อเสียงของโรงแรมและความสามารถในการแข่งขันในตลาด

โรงแรม 4 ดาว โรงแรมในกรุงเทพมหานครเขตห้วยขวาง และความสำคัญของคุณภาพ การบริการต่องานบริการด้านโรงแรม

การเติบโตอย่างต่อเนื่องของด้านการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร สิ่งตามมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เติบโตขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้ความต้องการด้านการสนับสนุนของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกัน การพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่กล่าวมาก็เป็นสิ่งจำเป็นด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะที่พักโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนโรงแรมที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงมหาดไทย ในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 37 เขต จำนวน 488 มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2567)

ตารางที่ 3 จำนวนโรงแรมในกรุงเทพมหานครทั้ง 37 เขต

ลำดับ	เขตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร	จำนวนโรงแรม	จำนวนห้องพัก
1	ดอนเมือง	1	449
2	ดุสิต	1	39
3	บางกอกใหญ่	1	150
4	จอมทอง	1	124
5	คันนายาว	2	98
6	บางแค	2	110
7	มีนบุรี	2	328
8	ยานนาวา	2	182
9	ภาษีเจริญ	3	141
10	ราชบุรีบูรณะ	3	338
11	ลาดพร้าว	3	163
12	คลองตัน	3	263
13	ชนบุรี	5	904
14	บางคอแหลม	5	1,959
15	ประเวศ	5	655
16	บางกอกน้อย	6	833
17	วังทองหลาง	6	1,040

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลำดับ	เขตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร	จำนวนโรงแรม	จำนวนห้องพัก
18	หลักสี่	6	758
19	คลองสาน	7	1,631
20	บางนา	7	1,327
21	สวนหลวง	7	728
22	จตุจักร	9	2,259
23	พระโขนง	8	669
24	บางพลัด	10	2,178
25	สัมพันธวงศ์	10	962
26	ดินแดง	12	2,007
27	พญาไท	13	2,008
28	ป้อมปราบศัตรูพ่าย	15	1,714
29	บางกะปิ	17	1,863
30	สาทร	21	2,964
31	ห้วยขวาง	22	4,177
32	พระนคร	33	2,641
33	บางรัก	35	9,733
34	ปทุมวัน	42	10,656
35	ราชเทวี	49	9,390
36	คลองเตย	54	10,950
37	วัฒนา	60	10,320

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 3 จำนวนโรงแรมในกรุงเทพมหานครทั้ง 37 เขต ข้อมูลจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2567 (ข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2567)

จากจำนวนห้องพักในเขตกรุงเทพมหานครมีทั้งสิ้น 86,731 ห้อง สามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติให้กับกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2565 รายได้ 247,168.61 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2566 รายได้ 587,422.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 137.66 (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา,

2567) จากการเติบโตที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 488 โรงแรม ต้องแข่งขันกันในการได้มาซึ่งจำนวนลูกค้าที่เข้ามาพักในโรงแรม ซึ่งในจำนวนที่เป็นลูกค้า มีนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 (วิจัยกรุงศรี, 2567)

การกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบโรงแรม ได้กำหนดและประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษาฉบับใหม่ในปี พ.ศ. 2566 ว่าด้วยการแบ่งประเภทของโรงแรมไว้เป็น 4 ประเภท คือ 1) โรงแรมประเภท 1 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก และมีห้องพัก ไม่เกิน 50 ห้อง 2) โรงแรมประเภท 2 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพักเกิน 50 ห้องขึ้นไป หรือโรงแรมที่ให้บริการห้องพักและห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร 3) โรงแรมประเภท 3 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ หรือห้องประชุมสัมมนา และ 4) โรงแรมประเภท 4 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และห้องประชุมสัมมนา (ราชกิจจานุเบกษา, 2566) ในส่วนเกณฑ์จากสมาคมโรงแรมไทย ว่าด้วยการกำหนดประเภทโรงแรมด้วยการเกณฑ์มาตรฐานกำหนด แบ่งเป็นความาตรฐานให้กับโรงแรม โดยมาตรฐานโรงแรมไทยได้รับการยอมรับระดับสากล ในการจัดระดับโรงแรม และริสอร์ทระดับหนึ่งถึงห้าดาว โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมาก ยอดเยี่ยมระดับต่ำสุดที่หนึ่งไปถึงยอดเยี่ยมระดับสูงสุด คือ ห้า ระบบการจัดระดับดาวช่วยกำหนดคุณภาพและลักษณะของโรงแรม ซึ่งมีปัจจัยสำคัญในการแบ่งระดับมาตรฐานโรงแรม โดยการตรวจสอบสถานที่จะถูกดำเนินการโดยหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาคของมูลนิธิมาตรฐานโรงแรมไทย (สมาคมโรงแรมไทย, 2567)

จากข้อความในประกาศราชกิจจานุเบกษา ทำให้เห็นได้ว่า โรงแรมที่มีห้องพักไม่ถึง 50 ห้องนั้น เป็นโรงแรมขนาดเล็ก และมากกว่า 50 ห้องเป็นโรงแรมขนาดกลาง สอดคล้องกับ นารณริ จอมประเสริฐ (2565) กล่าวไว้ว่า โรงแรมขนาดเล็กที่มีจำนวนห้องพักต่ำกว่า 50 ห้อง โรงแรมขนาดกลางมีห้องพัก จำนวน 51-100 ห้อง และโรงแรมขนาดใหญ่ คือ จำนวนห้องพักมากกว่า 100 ห้องขึ้นไป ซึ่งเมื่อแบ่งขนาดโรงแรมในเขตห้วยขวางแล้วนั้น จะพบว่า โรงแรมที่มีขนาดเล็กมีจำนวน 3 โรงแรม โรงแรมขนาดกลางมีจำนวน 6 โรงแรม และโรงแรมขนาดใหญ่มีจำนวน 13 โรงแรม รวมจำนวนทั้งสิ้น 22 โรงแรม ซึ่งปริมาณจำนวนของโรงแรมที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เพิ่มมากขึ้นนั้น ผู้อำนวยการเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ได้ให้ข้อมูลไว้เมื่อวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2567 ที่ผ่านมา โดยระบุว่า เขตห้วยขวางถือเป็นทำเลทองสำหรับ

นักท่องเที่ยวจีนที่นิยมมาท่องเที่ยวและพักอาศัยเป็นจำนวนมาก ทำให้เขตห้วยขวางมีการลงทุนเพิ่มมากขึ้น ทั้งโรงแรมที่พักและร้านอาหาร (สำนักข่าวไทยพีบีเอส, 2567)

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโรงแรมที่ดำเนินการศึกษา

โรงแรมที่ทำการศึกษามีชื่อเป็นโรงแรมขนาดกลาง มีห้องพักจำนวน 62 ห้องพักที่ตั้งอยู่ใจกลางเขตรัชดา กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ในทำเลที่สะดวกสบายใกล้สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง ห้างสรรพสินค้าทันสมัย เช่น เอสพลานาด รัชดา และเซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 9 ตลาดกลางคืน โรงละคร สถานบันเทิง ในดัลลัส สถานที่แสดงดนตรีสดศูนย์วัฒนธรรม และศูนย์ประชุมทางธุรกิจ โดยห่างจากสนามบินเพียง 30 นาที โดยรถยนต์ ห้องพักได้รับการตกแต่งอย่างหรูหราพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย เด็กอายุระหว่าง 1-11 ปี สามารถเข้าพักได้ฟรี เหมาะสำหรับครอบครัว การมาพักผ่อน และเดินทางเพื่อทำธุรกิจ การเข้าพักที่โรงแรมเริ่มเวลา 14.00 น. และเวลาการคืน ห้องพักเวลา 12.00 น. ผู้เข้าพักสามารถเพลิดเพลินกับบาร์ที่มีบรรยากาศอบอุ่น มีสไลด์ของโรงแรมซึ่งให้บริการค็อกเทลและไวน์ชั้นดี ทำให้สถานที่นี้เหมาะสำหรับการพบปะเพื่อน หรือเพลิดเพลินกับคำคืน สำหรับผู้ที่ต้องการผ่อนคลาย โรงแรมมีห้องชานาและห้องอบไอน้ำ ร้านของขวัญและของที่ระลึกที่ผู้เข้าพักสามารถเลือกซื้อของที่ทำในท้องถิ่น อาทิเช่น สินค้าหัตถกรรมแบบดั้งเดิม เสื้อผ้าและเครื่องประดับ สำหรับลูกค้าที่รักการออกกำลังกาย โรงแรมมีสระว่ายน้ำในร่มและสระว่ายน้ำกลางแจ้ง บาร์มีสระว่ายน้ำ และสำหรับผู้ที่ชอบการออกกำลังกายที่เข้มข้นมากขึ้น ศูนย์ออกกำลังกายของโรงแรมมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ที่ให้บริการฟรีสำหรับลูกค้า สำหรับบริการในห้องพักทุกห้องมีบริการผู้เชพ และห้องพักทุกห้องจะได้รับบริการทำความสะอาดประจำวัน โรงแรมยังมีบริการซักอบรีด มีบริการ Wi-Fi ฟรี ทั้งภายในห้องพักและทุกที่ในโรงแรม ผู้เข้าพักสามารถเพลิดเพลินกับบริการรูมเซอร์วิส ที่ผู้เข้าพักสามารถสั่งอาหารและเครื่องดื่มส่งตรงถึงห้อง และมีเจ้าหน้าที่แผนกต้อนรับที่พร้อมอำนวยความสะดวกให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

การเดินทางมาด้วยรถยนต์ หรือต้องการบริการแท็กซี่ โรงแรมให้บริการที่จอดรถกว้างขวาง และหากผู้เข้าพักต้องการใช้บริการแท็กซี่ ทางโรงแรมมีบริการแท็กซี่พร้อมคนขับ มีอาชีพที่พร้อมให้บริการ และมีบริการรับส่งสนามบินอีกด้วย ผู้เข้าพักสามารถรับประทานอาหารที่หลากหลาย โดยเริ่มจากบุฟเฟ่ต์อาหารเช้าที่ร้านกาแฟ ลองชิมขนมอบที่อบใหม่ ๆ กาแฟและอาหารนานาชาติและท้องถิ่นที่หลากหลาย สำหรับมือกลางวันและมื้อค่ำ สามารถรับประทานอาหารไทยท้องถิ่นและอาหารนานาชาติที่ห้องอาหารหลัก ครีวของโรงแรมเป็นสถานที่ที่เป็นมิตรกับสากล มีร้านอาหารสากลที่ให้บริการอาหารที่ได้รับการรับรองสากลที่หลากหลาย ปรุงตามกฎหมายอาหารอิสลาม โรงแรมมีขนาดห้องพักที่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้า

5 ประเภท โดยแบ่งตามความหรูหราและขนาดพื้นที่ ดังนี้ 1) ห้องดีลักซ์ที่มีพื้นที่กว้างขวาง 42 ตารางเมตร 2) ห้องเอ็กเซ็กคิวทีฟมีพื้นที่กว้างขวาง 56 ตารางเมตร 3) ห้องจูเนียร์มีพื้นที่อบอุ่น ด้วยพื้นที่ 28 ตารางเมตร 4) ห้องพรีเมียร์มีพื้นที่กว้างขวาง 44 ตารางเมตร และ 5) ห้องเพรสซิเดนเชียลสวีทและรอยัลสวีทมีพื้นที่ 96 ตารางเมตร และ 99 ตารางเมตร ที่เหมาะกับการมาพักเป็นครอบครัวและกลุ่มเพื่อนฝูง ปัจจุบัน โรงแรมมีผู้ปฏิบัติงานที่คอยให้บริการลูกค้าทั้งส่วนหน้าและฝ่ายสนับสนุนรวม 65 คน แบ่งตามแผนกและสายการปฏิบัติงาน โดยผู้ปฏิบัติงานในแผนกที่มีบทบาทในการส่งมอบประสบการณ์การบริการที่ประทับใจแก่ลูกค้าโดยตรง ได้แก่ แผนกขาย แผนกวิศวกรรม แผนกแม่บ้าน แผนกต้อนรับ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกครัวหลัก และแผนกเบเกอรี่ ร้าน SIFT เบเกอรี่และคาเฟ่ และศูนย์สุขภาพ สำหรับแผนกที่ให้การสนับสนุนงานด้านการจัดการภายใน ได้แก่ แผนกทรัพยากรมนุษย์ และแผนกบัญชี โดยเจ้าหน้าที่สนับสนุนด้านไอที และผู้ปฏิบัติงานในแผนกวิศวกรรมปฏิบัติงานทั้งส่วนหน้าและส่วนสนับสนุนภายในแผนก ตำแหน่งและจำนวนผู้ปฏิบัติงานในโรงแรม มีรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงแผนก ตำแหน่ง และจำนวนผู้ปฏิบัติงานในโรงแรม
(ข้อมูล ณ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567)

แผนก	ตำแหน่ง	จำนวนคน
ฝ่ายบริหาร	ผู้จัดการทั่วไป	1
แผนกทรัพยากรมนุษย์	แผนกทรัพยากรมนุษย์	1
แผนกขาย	ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด	1
	พนักงานขาย	1
	พนักงานติดต่อประสานงานฝ่ายขาย	1
แผนกบัญชี	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	1
	เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	1
	เจ้าหน้าที่สโตร์และรับสินค้า	1
แผนกช่าง	ผู้จัดการแผนกช่าง	1
	ช่างเทคนิค/ อควาเรียม	1
	ช่างทั่วไป	4

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แผนก	ตำแหน่ง	จำนวนคน
แผนกแม่บ้าน	หัวหน้างานชั้น	1
	หัวหน้างานชั้น	12
แผนกต้อนรับ	พนักงานทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะ	2
	ผู้จัดการแผนกต้อนรับ	1
	หัวหน้ารอบ	2
	พนักงานต้อนรับ	4
	พนักงานยกกระเป๋า	3
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	1
	ผู้จัดการห้องอาหาร	1
	พนักงานเสิร์ฟ	4
	พนักงานบาร์รีด้า คาเฟ่	3
	พนักงานบาร์	2
แผนกครัว	หัวหน้าพ่อครัว	1
	หัวหน้ารอบ	1
	ก๊วก	2
	พนักงานล้างจาน	3
แผนกครัวเบเกอรี่	หัวหน้าครัวเบเกอรี่	1
	ก๊วกเบเกอรี่	3
ศูนย์ออกกำลังกาย	ผู้ฝึกสอนฟิตเนส	2
พนักงานในโรงแรมทั้งหมด		65

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

ด้านสถิติผู้เข้าพักในโรงแรม มีผู้เข้ารับบริการส่วนใหญ่เป็นผู้เข้าพักที่มีลูกค้ำทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จากข้อมูลสถิติผู้เข้าพัก 5 อันดับสูงสุด ในปี พ.ศ. 2567 พบว่า โรงแรมได้รับความนิยมและมีผู้เข้าพักลูกค้ำชาวจีนสูงเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 9,654 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 45.60 รองลงมาอันดับที่ 2 เป็นผู้เข้าพักชาวไทย จำนวน 4,099 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19.35 อันดับที่ 3 ได้แก่ ผู้เข้าพักชาวสิงคโปร์ จำนวน 1,643 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.75 อันดับที่ 4 ได้แก่ ผู้เข้าพัก

ชาวมาเลเซีย จำนวน 711 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.35 อันดับที่ 5 ได้แก่ผู้เข้าพักชาวไต้หวัน จำนวน 600 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.80 สำหรับผู้เข้าพักส่วนที่เหลือ ได้แก่ผู้เข้าพักจากประเทศ อังกฤษ ฮองกง ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย ฟินแลนด์ อินเดีย เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม ฝรั่งเศส เยอรมัน เกาหลี ลาว ตุรกี แคนาดา รัสเซีย โปรแลนด์ เวียดนาม ภูฏาน กาน่า ฮังการี ไนจีเรีย นอร์เวย์ เนปาล นิวซีแลนด์ โปรตุเกส ซาอุดีอาระเบีย มาเก๊า อันดอร์รา อัฟกานิสถาน แอลเบเนีย บังกลาเทศ บัลแกเรีย บาห์เรน บรูไน บราซิล สวิตเซอร์แลนด์ ชิลี แชมเบีย เช็ก เดนมาร์ก สเปน เอิธิโอเปีย กรีนิ กรีก ไอร์ช อิสราเอล อิหร่าน อิตาลี กัมพูชา คอโมโรส ญูเวตศรีลังกา ลิทัวเนีย ลัตเวีย ลักเซมเบิร์ก และมองโกเลีย ตามลำดับ

จากข้อมูลผู้เข้ารับบริการข้างต้น สังเกตได้ว่า ผู้เข้าพักที่เข้าพักมากที่สุด ได้แก่ ผู้เข้าพักชาวจีน ซึ่งทางผู้บริหารโรงแรมได้พิจารณาว่า ผู้เข้าพักชาวจีนถือเป็นลูกค้ากลุ่มหลักที่ทำให้ความสนใจและเดินทางเข้าพักกับทางโรงแรมอย่างต่อเนื่อง ทางโรงแรมเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเพื่อเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้ากลุ่มนี้เพิ่มขึ้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคูณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะ และการส่งมอบประสบการณ์การให้บริการที่จะยกระดับความพึงพอใจให้ลูกค้าชื่นชม และกล่าวต่อถึงความประทับใจ การดำเนินการดังกล่าวจะเปิดโอกาสให้โรงแรมได้รับความไว้วางใจในการต้อนรับการกลับมาพักซ้ำ และเพิ่มปริมาณผู้เข้าพักชาวจีนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ตารางที่ 5 ข้อมูลสถิติผู้เข้าพักในโรงแรมจำแนกตามสัญชาติ ปี พ.ศ. 2567

ลำดับ	สัญชาติ	จำนวนคน	จำนวนห้อง	รายได้ค่าห้อง (บาท)	ร้อยละ
1	จีน	9,654	9,058	23,027,595.58	45.60
2	ไทย	4,099	3,403	8,320,958.71	19.35
3	สิงคโปร์	1,643	2,618	6,115,902.55	7.75
4	มาเลเซีย	711	956	2,232,068.64	3.35
5	ไต้หวัน	600	748	1,810,911.25	2.80
6	ฮ่องกง	497	638	1,538,849.19	2.35
7	เกาหลีใต้	458	614	1,340,274.98	2.15
8	อเมริกา	281	414	1,024,331.88	1.30
9	เมียนมา	247	314	786,128.77	1.16
10	เยอรมัน	222	342	679,883.98	1.05

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ลำดับ	สัญชาติ	จำนวนคน	จำนวนห้อง	รายได้ค่าห้อง (บาท)	ร้อยละ
11	อินเดีย	206	259	587,659.42	0.97
12	ฝรั่งเศส	180	256	515,779.82	0.85
13	ญี่ปุ่น	166	259	650,521.20	0.78
14	ประเทศอื่น ๆ	2,206	3,073	7,517,773.00	10.42
รวม		21,170	22,952	56,148,639.00	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในโรงแรมของประเทศไทย

การพัฒนาประเทศและวิถีชีวิตสมัยใหม่ ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจีนอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการตลาดและรูปแบบการใช้ชีวิตของคนจีนในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่ มีผลต่อทิศทางการเดินทางและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนในหลายมิติอย่างมีนัยสำคัญ จากข้อมูลของ Xianbang Research Institute (2024) พบว่า ผู้บริโภคชาวจีนหันมาเลือกการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ มากกว่าการเดินทางแบบดั้งเดิม ที่เน้นการพักผ่อนเท่านั้น แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับรายงาน Changing Traveler Report ของ SiteMinder (2023) ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการประสบการณ์การเข้าพักที่มีความแปลกใหม่ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยประมาณครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกกลับมาพักในที่พักที่สามารถมอบประสบการณ์ดังกล่าว ขณะที่ปัจจัยด้านราคาเป็นเรื่องรองลงมา

ข้อมูลจากสถาบันการท่องเที่ยวจีน Chinese Tourism Academy (2022) ชี้ให้เห็นว่า ร้อยละ 33 ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ต้องการเพลิดเพลินกับประสบการณ์แปลกใหม่ ขณะที่ร้อยละ 23 สนใจที่จะลิ้มลองอาหารใหม่ ๆ แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนถึงความนิยมเพิ่มขึ้นในที่พักที่ให้ความสงบ ผ่อนคลาย และส่งเสริมการใช้ชีวิตแบบสโลว์ไลฟ์ เช่น การเยี่ยมชมวัด การเดินตลาดกลางคืน การทำสมาธิ หรือการเดินทางเพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ

ทั้งนี้ Xianbang Research Institute (2024) อธิบายว่า การเลือกที่พักแนวสงบ และผ่อนคลายของนักท่องเที่ยวชาวจีน สะท้อนถึงผลกระทบจากการดำเนินชีวิตในเมืองใหญ่ที่เต็มไปด้วยความเร่งรีบ ความเครียด และความไม่แน่นอน ทำให้พวกเขาต้องการสถานที่

ที่ช่วยสร้างความสมดุลและความสงบทางจิตใจ ในขณะเดียวกัน ภายในประเทศจีนเองยังพบ การพัฒนาสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนวิถีชีวิตแบบผ่อนคลาย และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว เช่น พื้นที่ที่ส่งเสริมการเดินเท้าและการปั่นจักรยาน ร้านน้ำชา คาเฟ่ สถานที่ชมวิว หรือดอกไม้ไฟ และร้านอาหารที่ตอบ โจทย์การเดินทางเพื่อรับประทานอาหาร ทัวเมือง ซึ่งทั้งหมดนี้ ช่วยสร้างบรรยากาศที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในยุคปัจจุบัน

ข้อมูลจากสถาบันการท่องเที่ยวจีน Chinese Tourism Academy (2022) รายงานว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี มากขึ้น ผลการสำรวจ พบว่า ร้อยละ 72 ของผู้เดินทางชาวจีนเลือกจองที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ เช่น ห้องออกกำลังกาย (ยิม) สระว่ายน้ำ สปา และสิ่งอำนวยความสะดวก อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ ร้อยละ 73 คาดหวังให้ที่พักจัดเตรียมคลาสส่งเสริมสุขภาพ เช่น โยคะ พิลาทิส และการนวดสมาธิ แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับรายงานของ Xianbang Research Institute (2024) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ชาวจีนจำนวนมากเริ่มให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกาย และการทำกิจกรรมกลางแจ้ง ที่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพและเพิ่มโอกาส ในการเข้าสังคม

นอกจากนี้ พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป ยังส่งผลให้เสื้อผ้าสไตล์กีฬา และเครื่องแต่งกายสำหรับกิจกรรมกลางแจ้ง กลายเป็นกระแสนิยมในกลุ่มชาวจีนยุคใหม่ โดยสิ่งเหล่านี้ไม่เพียงสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับสุขภาพ แต่ยังแสดงถึงรสนิยม และภาพลักษณ์ของผู้ที่รักสุขภาพและมีความทันสมัยในสังคม การให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม ประจำชาติและความเป็นชาตินิยม อีกประเด็นที่น่าสนใจ คือ ความสำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีน ยุคใหม่ให้ต่อวัฒนธรรมประจำชาติ รายงานจาก Xianbang Research Institute (2024) ระบุว่า ค่านิยมเกี่ยวกับความเป็นชาตินิยมในหมู่ชาวจีนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคชาวจีนเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์และบริการที่สะท้อน หรือเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมประจำชาติ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าแฟชั่น การแต่งหน้า ทำผม หรือเครื่องประดับที่มีลักษณะเฉพาะตัวของวัฒนธรรมจีน แนวโน้มเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศจีน ที่ไม่เพียงมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพ และการมีคุณภาพชีวิตที่ดี แต่ยังให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งส่งผล โดยตรงต่อทิศทางของตลาดสินค้าและบริการ รวมถึงการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยว ให้ตอบโจทยความต้องการที่หลากหลายของชาวจีนยุคใหม่

พฤติกรรมผู้บริโภคและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยว และการเข้าพักโรงแรมในประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวจีนถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้

มหาศาลให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมายังประเทศไทยสูงถึง 10.99 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 543,000 ล้านบาท (บริษัท เอสตามสลิปเก้าเอเจนซี่, 2023) นอกจากนี้ การยกเลิกการขอวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในปี พ.ศ. 2567 (การเงินธนาคารออนไลน์, 2567) ได้ส่งผลให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจีน โดยข้อมูลจาก Trip.com ระบุว่า มีการค้นหาที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ของ Hotels.com™ (SME Thailand Club, 2560) ที่พบว่า ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบมากที่สุด

การคาดการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย โดยบริษัท ทำอากาศสยามไทย จำกัด (มหาชน) คาดการณ์ว่า จะมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้ามาประเทศไทยประมาณ 8 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2567 ซึ่งรายงาน Changing Traveller Report 2023 ของ SiteMinder (การเงินธนาคารออนไลน์, 2567) ได้ชี้ให้เห็น โอกาสสำคัญสำหรับผู้ให้บริการที่พักและโรงแรมในประเทศไทย ในการพัฒนาและปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่ที่เพิ่มจำนวนขึ้น รูปแบบการเดินทางและความนิยมในการเลือกที่พักนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมายังประเทศไทยมีลักษณะการเดินทางที่หลากหลาย ได้แก่ การเดินทางเป็นคณะทัวร์ การเดินทางส่วนตัว การเดินทางพร้อมครอบครัว และการเดินทางแบบแบ็กแพ็คเกอร์ (Backpacker) ข้อมูลจาก Ctrip ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มบริหารจัดการการท่องเที่ยวชั้นนำของจีน (บริษัท เอสตามสลิปเก้าเอเจนซี่, 2023) เปิดเผยว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวจีนเลือกจองที่พักในประเทศไทยเป็นระยะเวลานานกว่า 20 วัน โดยเฉพาะในพื้นที่ยอดนิยม เช่น กรุงเทพมหานคร พัทยา และเชียงใหม่ ส่วนความนิยมด้านอาหารไทยในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนนั้นมีรายงานจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ (Royal Thai Consulate General in Shanghai, 2567) ระบุว่า คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้บริโภคจีนยุคใหม่ ทำให้ชาวจีนหันมาสนใจอาหารที่หลากหลายและมีคุณภาพ โดยอาหารไทย เช่น คัมยำ แกงข้าไก่ ทอดมัน แกงเขียวหวานไก่ และข้าวเหนียวมะม่วง ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ทั้งนี้ จากการสำรวจของ iiMedia Research (2022) พบว่า ผู้บริโภคชาวจีน ร้อยละ 66.67 ชื่นชอบอาหารไทย โดยได้รับข้อมูลผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Little red book, Weibo และ TikTok

ความสำคัญของการปรับตัวในภาคธุรกิจไทย ผลการวิเคราะห์จาก Hotels.com™ (SME Thailand Club, 2560) ชี้ให้เห็นว่า โรงแรมในประเทศไทยต้องตระหนักถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน “รุ่นใหม่” ที่ชื่นชอบการเข้าพักในโรงแรมที่ให้บริการพิเศษ เช่น สปา อาหารไทยต้นตำรับ และการตกแต่งที่สะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นไทย จากแนวโน้มดังกล่าว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับตัว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งในด้านการบริการที่พัก การส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยว และการสร้างความประทับใจในความเป็นไทย เพื่อรักษาความนิยมและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

รายงานจากบริษัท เอสสามสิบเก้าเอเจนซี (2023) ระบุว่า กิจกรรมที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวจีนเมื่อมาเยือนประเทศไทย ได้แก่ การนวดสปา การทำผม ทำเล็บ และบริการด้านความงาม อาทิ การทำผมและเสริมสวย ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจีนมีพฤติกรรมชอบแชร์รูปภาพและอัปเดตเรื่องราวผ่านโซเชียลมีเดียจีน อีกทั้งนิยมติดตามเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมในประเทศไทย ส่งผลให้ร้านค้าที่มีการจัดบรรยากาศที่ดี มีโปรโมชันส่งเสริมการขาย และมีคุณภาพการบริการที่ตอบโจทย์ โดยเฉพาะร้านที่มีพนักงานสามารถสื่อสารภาษาจีนได้ มีแนวโน้มดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนได้มากขึ้น ด้านความต้องการทางเทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวจีนจากรายงานของ แบรด ไฮน์ส รองประธานฝ่ายภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกของ SiteMinder (การเงินธนาคารออนไลน์, 2567) พบว่า นักท่องเที่ยวจีนต้องการให้มีระบบแชทบอทบนเว็บไซต์ของที่พัก เพื่อให้ข้อมูลและตอบคำถามได้แบบเรียลไทม์ โดยความต้องการนี้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 150 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ผู้บริหารจากอินิซิเอทีฟ ประเทศไทย (บริษัท ดับเบิล บี มีเดีย จำกัด, 2566) ได้ชี้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่หันมาท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free independent traveler: FIT) เนื่องจากพวกเขามีความเชี่ยวชาญในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น การค้นหาข้อมูลของที่พัก และจองตั๋วเครื่องบินได้ด้วยตนเอง

แนวทางการพัฒนาธุรกิจและคุณภาพการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในโรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร การพัฒนาธุรกิจโรงแรมและที่พักเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถดำเนินการได้ผ่านแนวทางที่วิเคราะห์จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

1. การนำเสนอความเป็นไทยอย่างโดดเด่น โดยข้อมูลจากบริษัท ดับเบิล บี มีเดีย จำกัด (2566) แนะนำว่า โรงแรมควรเน้นนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทยอย่างชัดเจน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจและชื่นชอบวัฒนธรรมไทย เช่น การตกแต่งสถานที่ อาหาร และการบริการที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทย

2. การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่นักท่องเที่ยวจีนใช้งานเป็นหลัก นักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมที่พึ่งพาดิจิทัลแพลตฟอร์มจีน เช่น Baidu สำหรับการค้นหา WeChat สำหรับการสื่อสาร และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซอย่าง Tmall และ Taobao โรงแรมควรเพิ่มการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเหล่านี้ เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การประชาสัมพันธ์ที่เน้นความสะดวกต่อการมองเห็น การประชาสัมพันธ์โรงแรมควรเน้นไปยังพื้นที่ยอดนิยมที่นักท่องเที่ยวจีนมักเข้าพัก เช่น สยาม สุขุมวิท ราชดำริ พระราม 9 และห้วยขวาง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนหนาแน่น

4. การใช้กลยุทธ์อินฟลูเอนเซอร์ การใช้ อินฟลูเอนเซอร์จีน ทั้งที่อยู่ในประเทศไทย และประเทศจีน รวมถึงเซเลบ หรืออินฟลูเอนเซอร์ไทยที่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน สามารถช่วยกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนในการเลือกใช้บริการของโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การสนับสนุนการชำระเงินผ่าน UnionPay ตามบทความของ SME Thailand Club (2560) โรงแรมควรอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวจีนสามารถชำระเงินผ่านบัตร UnionPay ซึ่งเป็นระบบการชำระเงินที่ได้รับความนิยมในประเทศจีน

6. การพัฒนาบุคลากรให้เข้าใจวัฒนธรรมจีน โรงแรมควรอบรมและพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของชาวจีน รวมถึงการสื่อสารภาษาจีนกลาง เพื่อสร้างความประทับใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. การให้บริการภายในโรงแรมที่ตอบโจทย์พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจีน โรงแรมควรให้ความสำคัญกับบริการที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวจีน เช่น ภัตตาคารจีน ร้านค้าในโรงแรม และรูมเซอร์วิส ซึ่งเป็นบริการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นมิลเลนเนียลนิยมใช้จ่ายเงินมากที่สุด

8. การจัดบริการรถรับส่งเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวจีน โรงแรมควรจัดให้มีบริการรถรับส่งในพื้นที่ที่สะดวกและปลอดภัย

สรุปพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวจีนในโรงแรมประเทศไทย ด้วยนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยมีความหลากหลายในพฤติกรรมและความต้องการทั้งในด้านบริการ เทคโนโลยี และกิจกรรม โรงแรมในประเทศไทยจึงควรพัฒนาและปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการเหล่านี้ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและรักษาความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวจีน เพื่อการรองรับและการพัฒนาให้ตอบสนองตรงตามความต้องการที่หลากหลายให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการบริการ

การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา

การวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) ได้มีนักวิจัย เช่น วิทยา เบญจมินทร์ (2550) สุนทร สุวรรณมาศ (2563) Zaltman (2003) Drucker (1993) Cooper (2011) ทิศนา ขมมณี (2540) วาโร เฟ็งสวัสต์ (2552) ศิริชัย กาญจนวาสิ (2559) และ

องอาจ นัยพัฒน์ (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นกระบวนการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ ที่มุ่งเน้นการแสวงหาความรู้ใหม่ หรือการนำความรู้ที่มีอยู่แล้วมาพัฒนาต่อ เพื่อสร้าง หรือปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น การวิจัยและพัฒนา ไม่เพียงแต่เป็นการค้นหาคำตอบต่อปัญหาที่มีอยู่ แต่ยังรวมถึงการมุ่งเน้นสร้างนวัตกรรม และแนวทางใหม่ ๆ เพื่อรองรับความต้องการของบุคคล องค์กร หรือสังคมในวงกว้าง โดยเริ่มต้น จากการศึกษาปัญหา หรือโอกาสที่มีอยู่ในปัจจุบัน วิเคราะห์ข้อมูลอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำไปสู่การออกแบบ ทดลอง และปรับปรุงจนได้ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมและสามารถใช้งานได้จริง ซึ่งกระบวนการนี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งในหลายมิติ โดยเฉพาะการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนอง ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองในตลาด การวิจัยและพัฒนาช่วยสนับสนุน การสร้างนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เทคนิควิธีการใหม่ หรือสิ่งประดิษฐ์ที่นำมาประยุกต์ใช้ ในองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตัวอย่างของการวิจัยและพัฒนา เช่น การค้นคว้า เพื่อพัฒนาวัสดุ หรืออุปกรณ์ใหม่ การพัฒนากระบวนการผลิตที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพ มากขึ้น หรือการสร้างรูปแบบบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อย่างเฉพาะเจาะจง

นอกจากนี้ ตามแนวคิดของ จำเริญ จวงตระกูล และสรณียา เลิศพุทธรักษ์ (2564) การวิจัยและพัฒนาในงานด้านการฝึกอบรมควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการศึกษา สภาพปัญหา หรือความต้องการที่แท้จริงในบริบทของผู้ใช้ (Needs analysis) จากนั้น จึงนำข้อมูล ที่ได้ไปออกแบบ โปรแกรมที่เหมาะสม ผ่านกระบวนการตรวจสอบความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ และทดลองใช้ในบริบทจริงก่อนการปรับปรุงและสรุปผล ทั้งนี้ เพื่อให้ได้โปรแกรมฝึกอบรม ที่มีความครบถ้วนทั้งในด้านเนื้อหา วิธีการ และความสามารถในการนำไปใช้จริงในสถานการณ์ ปฏิบัติงาน

นักวิชาการทั้ง 2 ท่าน ยังเสนอว่า กระบวนการวิจัยและพัฒนาที่ประสบความสำเร็จ ควรมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลจริง ที่ได้จากผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย 2) ผ่านการมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงาน อย่างแท้จริงตลอดกระบวนการ และ 3) สามารถ วัดผลและตรวจสอบได้ทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ เพื่อให้มั่นใจว่า ผลลัพธ์ที่ได้ตอบโจทย์ การพัฒนาศักยภาพของงานวิจัยและพัฒนา

แนวคิดและหลักการของการวิจัยและพัฒนา ประกอบไปด้วย 2 คำ คือ การวิจัย (Research) และการพัฒนา (Development) หรืออีกชื่อที่ใช้เรียกกัน คือ อาร์แอนด์ดี (R & D) ซึ่งคือกระบวนการ ที่ให้ได้มาซึ่งสิ่งใหม่ที่เกิดมาจากการพัฒนา (ราชบัณฑิตยสภา, 2555, หน้า 458) โดยที่การวิจัยและพัฒนานี้ สามารถเริ่มจากจุดที่เป็นการวิจัยก่อนแล้วค่อยด้วยการพัฒนา หรือเริ่มจาก การพัฒนาแล้วตามด้วยการวิจัยก็ได้แต่ปลายทางของทั้ง 2 อย่าง คือ มีการประเมินปลายทาง

ทุกครั้งเสมอไป เพื่อให้ได้สิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดจากกระบวนการวิจัยและพัฒนา (Gall, Gall, & Borg, 2005, p. 460)

การวิจัยและพัฒนาที่เริ่มต้นจากการวิจัย



การวิจัยและพัฒนาที่เริ่มต้นจากพัฒนา



ภาพที่ 3 แผนการวิจัยและพัฒนาข้อมูลจาก
ที่มา: Gall, Gall, and Borg (2005, p. 460)

ความสำคัญของการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D)

ต่อองค์กรและธุรกิจ

การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม เทคโนโลยี และความสามารถในการแข่งขันขององค์กร อีกทั้ง ยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ และยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมโดยรวม โดยที่การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนาสามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการได้อย่างยั่งยืน (วิทยา เบญจมินทร์, 2550) นอกจากนี้ การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา ยังสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน ช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการปรับปรุงกระบวนการและลดต้นทุนการผลิต ซึ่งส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้น (สุนทร สุวรรณมาศ, 2563) อีกทั้งการสร้างองค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ใหม่และเทคโนโลยีที่สามารถนำไปใช้ในภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคม เช่น การแพทย์ วิศวกรรม และการศึกษา (Zaltman, 2003) ในยุคที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการ

ที่ตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ ของตลาด (องอาจ นัยพัฒน์, 2554) อีกทั้ง การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา ยังสนับสนุนการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ

การวิจัยและพัฒนาช่วยขับเคลื่อนการเติบโตของเศรษฐกิจและพัฒนาสังคม ด้วยนวัตกรรม ที่ช่วยแก้ปัญหาและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น (วาโร เฟิงสวัสดิ์, 2552)

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม เทคโนโลยี และความสามารถในการแข่งขันขององค์กร อีกทั้ง ยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมโดยรวม

สรุปการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา เป็นกระบวนการที่มุ่งสร้างองค์ความรู้ใหม่ หรือพัฒนาความรู้เดิมให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการที่มีคุณภาพ และสามารถนำไปใช้ได้จริง กระบวนการนี้ ต้องอาศัยการวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ การออกแบบ การทดลองใช้ และการปรับปรุง จนได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ในบริบทของงานฝึกอบรม การวิจัยและพัฒนาช่วยให้สามารถออกแบบโปรแกรมที่เหมาะสมกับสภาพปัญหาและบริบทของผู้เรียน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงาน การใช้ข้อมูลจริงเป็นฐาน และสามารถประเมินผลได้ชัดเจน ทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ นอกจากนี้ การวิจัยและพัฒนา ยังมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และส่งเสริมการเติบโตขององค์กรและสังคมในระยะยาว

เทคนิคการวิจัยและพัฒนา

การวิจัยและพัฒนาสามารถใช้ได้กับทุกองค์กรและทุกธุรกิจ สามารถทำให้เกิดสิ่งค้นพบใหม่ ๆ และรูปแบบการทำงานใหม่ ๆ ที่ช่วยประหยัดเวลา และยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรและธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การวิจัยและพัฒนา ด้านโปรแกรมการเรียนรู้และฝึกอบรมนั้น เป็นของที่ต้องทำควบคู่กันไปเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่แท้จริง จากการได้รับข้อมูลผ่านการศึกษาและวิจัยในเรื่องที่สนใจแล้วผ่านกระบวนการโปรแกรมการพัฒนาและอบรม ดังนั้น จึงมีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการวิจัยและพัฒนาโปรแกรมการเรียนรู้ และขั้นตอนการฝึกอบรมต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย ยกตัวอย่างเช่น

พิเชษฐ ไพบูลย์ศิริ (2554) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้วยการใช้การวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้สูงอายุ ระยะที่ 2 การสร้างโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรม ระยะที่ 3 การตรวจสอบประสิทธิภาพโปรแกรม และการนำไปใช้ ระยะที่ 4 การปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม มีรายละเอียดแต่ละตอนดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงค์และการดำเนินการวิจัยของ พิเชษฐ ไพบูลย์ศิริ

ระยะ	วัตถุประสงค์	การดำเนินการวิจัย
1	เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้สูงอายุ	1. วิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 2. ศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาสถานการณ์ผู้สูงอายุของสังคมไทย
2	สร้างโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรม	1. นำแนวคิดหลักการพื้นฐานในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม วัตถุประสงค์ กิจกรรมการฝึกอบรม สื่อการฝึกอบรม การวัดและประเมินผลมาจัดทำแบบประเมินโครงร่างโปรแกรม 2. ใช้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คนพิจารณาความเหมาะสมและความสอดคล้องของโปรแกรม 3. นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าดัชนีความสอดคล้องของโครงโปรแกรม 4. นำโครงร่างมาปรับปรุงให้สมบูรณ์ พร้อมนำมาสร้างเป็นคู่มือประกอบการฝึกอบรม
3	ตรวจสอบประสิทธิภาพของโปรแกรมและการทดลองใช้	1. ตรวจสอบประสิทธิภาพของโปรแกรม 2. ใช้แบบแผนการวิจัยแบบกึ่งทดลอง 3. ทดสอบก่อนและหลังการทดลองโดยใช้สถิติ t-test แบบ Dependent 4. ประเมินความพึงพอใจ
4	ปรับปรุงโปรแกรมอบรม	1. ปรับปรุงคุณภาพโปรแกรม 2. นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาแก้ไข

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

ชาลินี เกษรพิกุล (2555) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสมรรถนะครูภาษาไทยด้านการสอนคิดวิเคราะห์ ด้วยการใช้การวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ระยะที่ 2 การสร้างโปรแกรมฝึกอบรม ระยะที่ 3

การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม และระยะที่ 4 ประเมินโปรแกรมฝึกอบรม โดยมีรายละเอียดแต่ละตอนดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงค์และการดำเนินการวิจัยของ ชาลินี เกสรพิกุล

ระยะ	วัตถุประสงค์	การดำเนินการวิจัย
1	เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	1. จัดเตรียมสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง 2. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3. จัดกลุ่มสนทนาเกี่ยวกับการสร้างโปรแกรม 4. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อสรุปในการนำไปสร้างโปรแกรม
2	สร้างโปรแกรมฝึกอบรม	1. สร้างโครงร่างโปรแกรมฝึกอบรม 2. ตรวจสอบโครงร่างโปรแกรมฝึกอบรม 3. ปรับปรุงโปรแกรมเพื่อนำไปทดลองใช้
3	ทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม	1. ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 2. ประเมินโปรแกรมฝึกอบรม 3. ปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อนำไปใช้จริง
4	ประเมินโปรแกรมฝึกอบรม	1. ประเมินโปรแกรมฝึกอบรมหลังทดลองใช้ 1 เดือน 2. ปรับปรุงแก้ไขโปรแกรมฝึกอบรมให้เป็นฉบับสมบูรณ์

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

สายสุนีย์ กลางประพันธ์ (2558) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ผู้นำนักเรียนส่งเสริมสุขภาพ ใน โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร ด้วยการใช่วิธีการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ระยะที่ 2 การสร้างโปรแกรมฝึกอบรม ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม และระยะที่ 4 การปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม โดยมีรายละเอียดแต่ละตอนดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงค์และการดำเนินการวิจัยของ
สายสุณีย์ กลางประพันธ์

ระยะ	วัตถุประสงค์	การดำเนินการวิจัย
1	เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม	1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2. สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง 3. สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อหาประเด็นในการสร้างโปรแกรม
2	สร้างโปรแกรมฝึกอบรม	1. สร้างโปรแกรมฝึกอบรม 2. ตรวจสอบโครงร่างโปรแกรมโดยผู้เชี่ยวชาญ 3. ปรับปรุงแก้ไขโปรแกรมตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ
3	ทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม	1. ทดลองใช้โปรแกรมกับกลุ่มตัวอย่าง 2. ประเมินผลการใช้โปรแกรม
4	ปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม	1. ประเมินโปรแกรม 2. นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงโปรแกรม 3. โปรแกรมฉบับสมบูรณ์

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

ชลดา พิงรำพรรณ และวุฒิพล สกลเกียรติ (2560) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้เป็นทีม ของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร ด้วยการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาทักษะการเรียนรู้เป็นทีม ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม และระยะที่ 3 การประเมินโปรแกรมฝึกอบรมและการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม โดยมีรายละเอียดแต่ละตอน ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงค์และการดำเนินการวิจัยของ
ชลลดา พิงรำพรรณ และวุฒิพล สกลเกียรติ

ระยะ	วัตถุประสงค์	การดำเนินการวิจัย
1	ศึกษาทักษะการเรียนรู้เป็นทีม	1. การศึกษาหาข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริการและข้าราชการครู ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร 2. สำนวญความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของทักษะการเรียนรู้ 3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างกรอบแนวคิดในการพัฒนาโปรแกรม
2	พัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม	1. สร้างโครงร่างโปรแกรม 2. ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพและความสอดคล้อง ของโปรแกรม 3. ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ 4. ได้โปรแกรมที่สมบูรณ์
3	ประเมินโปรแกรมฝึกอบรมและการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม	1. ใช้โปรแกรมฝึกอบรมกับกลุ่มทดลอง 2. ทดสอบเปรียบเทียบการใช้โปรแกรมฝึกอบรม 3. ประเมินความพึงพอใจต่อการใช้โปรแกรมฝึกอบรม

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

ธิดากุล บุญรักษา และพรพรรณ โพธิสุวรรณ (2564) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเยาวชนมัธยมศึกษาท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านคลองคาง จังหวัดนครสวรรค์ ด้วยการ ใช้การวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทและศักยภาพของท้องถิ่น ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม และระยะที่ 3 ทดลองใช้และประเมินโปรแกรมฝึกอบรม โดยมีรายละเอียดแต่ละตอนดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์เทคนิคของวัตถุประสงคและการดำเนินการวิจัยของ ชิดากุล บุญรักษา
และพรพรรณ โพธิสุวรรณ

ระยะ	วัตถุประสงค์	การดำเนินการวิจัย
1	ศึกษาบริบท และศักยภาพของ ท้องถิ่น	1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2. สัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview) 3. วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)
2	พัฒนาโปรแกรม ฝึกอบรม	1. สังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ 2. ร่างโครงสร้างโปรแกรม 3. ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมของโปรแกรม
3	ทดลองใช้ และประเมิน โปรแกรมฝึกอบรม	1. ทดลองใช้โปรแกรม 2. วัดประเมินผลการทดลองใช้ด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ (IOC) 3. ประเมินความพึงพอใจ

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

นอกจากการวิจัยและพัฒนาสามารถใช้ได้กับทุกองค์กรและทุกธุรกิจแล้วนั้น การวิจัยและพัฒนายังสามารถทำให้ค้นพบสิ่งใหม่ ๆ และรูปแบบการทำงานใหม่ ๆ ในทุกธุรกิจจากการสังเคราะห์ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาเพื่อการฝึกอบรม มีองค์ประกอบ 4 ระยะ ดังนี้ (มารุต พัฒนา, 2563)

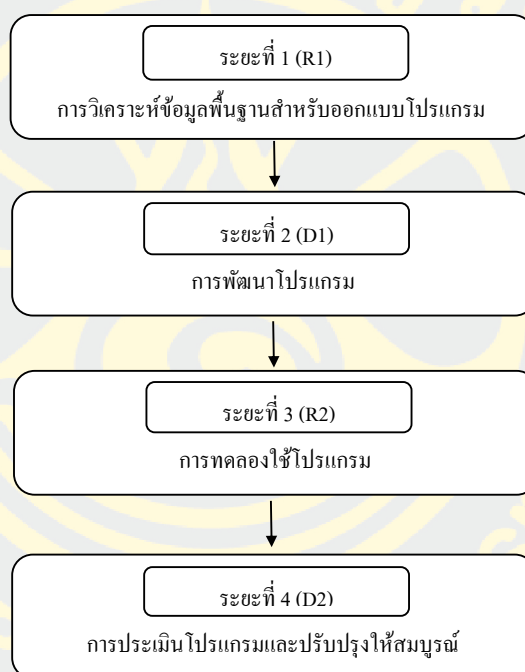
ระยะที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานสำหรับออกแบบโปรแกรม ด้วยการใช้วิธีการวิจัยที่หลากหลายตามประเด็นที่ศึกษาวิเคราะห์ ข้อมูลพื้นฐานเหล่านั้น เช่น การวิเคราะห์เอกสาร การสำรวจความคิดเห็น การสัมภาษณ์ การสนทนา ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากกิจกรรมการศึกษวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้ จะนำไปสู่ระยะที่ 2 เพื่อการออกแบบโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรม

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมต่าง ๆ ในระยะที่ 2 ผู้วิจัยจำเป็นต้องคำนึงถึงข้อมูลที่ได้รับจากระยะที่ 1 นำมาประกอบกับหลักการและเหตุผลของโปรแกรมที่จะทำการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับจุดมุ่งหมายของโปรแกรม เนื้อหาสาระของโปรแกรม การประเมินผล โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องของโปรแกรมฝึกอบรม

ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมในสถานการณ์จริง เพื่อตรวจสอบให้แน่ชัดถึงโปรแกรมที่ถูกพัฒนาขึ้น สามารถใช้ได้จริงกับสถานที่และสถานการณ์จริง นักวิจัยส่วนมากนิยม

ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงทดลอง หรือการวิจัยกึ่งทดลองเป็นแบบการทดลองใช้โปรแกรมที่ถูกพัฒนาแล้ว โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล หรือตัวแปรต่าง ๆ อย่างสอดคล้องกัน โดยมีการกำหนดตัวแบบวัดและประเมินไว้ก่อนหน้าทำการทดลองใช้

ระยะที่ 4 การประเมิน โปรแกรมและปรับปรุงให้สมบูรณ์ โดยจุดมุ่งหมาย คือ การประเมินโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นจากการทดลองใช้จริงกับสถานการณ์จริง และข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานจริงของโปรแกรมฝึกอบรม โดยขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมจากระยะที่ 1-4 สามารถแสดงให้เห็นภาพชัดเจนได้มากขึ้น ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา
ที่มา: มารุต พัฒนา (2563)

การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010-2022 ซึ่งรวบรวมและนำเสนอสรุปเป็น 4 ระยะอย่างที่น่าสนใจมาข้างต้น ประกอบด้วยระเบียบวิธีวิจัยที่นำไปสู่โปรแกรมฝึกอบรมสามารถสังเคราะห์ได้ดังนี้ (มารุต พัฒนา, 2563) จากภาพด้านบนสามารถสังเคราะห์ระเบียบวิธีวิจัยและการพัฒนาโปรแกรมทั้ง 4 ระยะได้ดังนี้

ระยะที่ 1 การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน (R1)

วัตถุประสงค์: รวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย มีกระบวนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบทดสอบและการสัมภาษณ์ เพื่อทำความเข้าใจความต้องการและมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย
2. การศึกษาวรรณกรรม วิเคราะห์เอกสาร งานวิจัย และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดพื้นฐานสำหรับการออกแบบ
3. การรวมข้อมูลเชิงลึก นำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มาสังเคราะห์ เพื่อระบุปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการออกแบบโปรแกรม
4. การประเมินความต้องการ กำหนดลำดับความสำคัญของความต้องการและระบุปัญหาที่โปรแกรมจะต้องตอบสนอง

ระยะที่ 2 การออกแบบโครงสร้างและพัฒนาโปรแกรมต้นแบบ (D1)

วัตถุประสงค์: สร้างต้นแบบโปรแกรมที่มีโครงสร้างชัดเจนและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ มีกระบวนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การกำหนดโครงสร้าง วางแผนวัตถุประสงค์ เนื้อหา และกิจกรรมในโปรแกรมให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้
2. การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ ขอความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อปรับปรุงโปรแกรมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. การทดลองเบื้องต้น ใช้ต้นแบบโปรแกรมกับกลุ่มทดลองเพื่อประเมินข้อดีและข้อเสีย
4. การแก้ไขปรับปรุง ปรับเนื้อหาและโครงสร้างตามผลการทดลองและข้อเสนอแนะ

ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมในสถานการณ์จริง (R2)

วัตถุประสงค์: วัดผลการใช้งานโปรแกรมในสภาพแวดล้อมที่แท้จริง มีกระบวนการดำเนินงาน ดังนี้

1. ทดลองใช้งานในกลุ่มเป้าหมายโดยใช้วิธีการทดลองที่เหมาะสม เช่น Pretest-posttest design หรือ Time-series design
2. เก็บข้อมูลจากการทดลองทั้งเชิงปริมาณ (เช่น คะแนนผลสัมฤทธิ์) และเชิงคุณภาพ (เช่น ความพึงพอใจของผู้ใช้)
3. เเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพและผลลัพธ์ของโปรแกรม

ระยะที่ 4 การประเมินและการปรับปรุงโปรแกรม (D2)

วัตถุประสงค์: ปรับปรุงโปรแกรมให้มีคุณภาพสูงสุด และเหมาะสมสำหรับการใช้งานระยะยาว มีกระบวนการดำเนินงาน ดังนี้

1. ประเมินผลลัพธ์ของโปรแกรมในหลายมิติ เช่น การเรียนรู้ของผู้เข้าร่วมและความพึงพอใจ
2. รวบรวมข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญผ่านการจัดประชุมเชิงวิชาการ (Connoisseurship)
3. ปรับปรุงเนื้อหาและกิจกรรมของโปรแกรมตามข้อเสนอแนะและผลการประเมิน
4. เผยแพร่โปรแกรมในรูปแบบคู่มือ หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อให้ผู้ใช้งานเข้าถึงได้สะดวก

สรุปเทคนิคการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา เป็นกระบวนการที่เน้นการสร้างนวัตกรรมหรือพัฒนาสิ่งที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีขั้นตอนที่ชัดเจนตั้งแต่การศึกษาปัญหา ออกแบบ ทดลองใช้ และปรับปรุง จนสามารถนำไปใช้ได้จริง เทคนิคนี้ สามารถประยุกต์ใช้กับหลากหลายสาขา โดยเฉพาะด้านการฝึกอบรมที่จำเป็นต้องอิงข้อมูลจริงจากผู้เรียนและบริบทขององค์กร จากการสังเคราะห์ตัวอย่างงานวิจัยหลายฉบับ พบว่า เทคนิคการวิจัยและพัฒนา มักแบ่งออกเป็น 3 ระยะ หรือ 4 ระยะอย่างเป็นระบบ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน การออกแบบและพัฒนาโปรแกรม การทดลองใช้ในสถานการณ์จริง และการประเมินเพื่อปรับปรุงให้สมบูรณ์ โดยใช้วิธีการวิจัยที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญ และการวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณ-เชิงคุณภาพร่วมกัน

จึงกล่าวได้ว่า เทคนิคการวิจัยและพัฒนา เป็นแนวทางที่ตอบโจทย์การสร้างโปรแกรมฝึกอบรมที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับผู้ใช้มากที่สุด เพราะเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน และสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการจริงขององค์กรและสังคมได้อย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการของลูกค้าชาวจีน ในโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร การที่ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารงานวิจัยเพื่ออ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศในครั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นฐานข้อมูลเชิงวิชาการที่สนับสนุนแนวคิดและกรอบการดำเนินงานของการวิจัย การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ ช่วยให้เห็นภาพรวมของแนวทางปฏิบัติที่ดี

แนวคิดเชิงทฤษฎี และผลการศึกษาในบริบทที่หลากหลาย ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการฝึกอบรมให้เหมาะสมกับบริบทของโรงแรมในประเทศไทย

นอกจากนี้ การอ้างอิงงานวิจัยยังช่วยแสดงให้เห็นถึงการต่อยอดองค์ความรู้จากการศึกษาก่อนหน้า และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของประเด็นที่ต้องการศึกษา อาทิ การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะ การเสริมสร้างทักษะเฉพาะด้าน และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า การเชื่อมโยงข้อมูลจากแหล่งวิจัยที่น่าเชื่อถือ จึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการวางรากฐานให้การวิจัยครั้งนี้ สามารถสร้างผลลัพธ์ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการในโรงแรม ในหัวข้อการวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอ คือ การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการของลูกค้าชาวจีนในโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

ปริยพันธ์ ประยูรศักดิ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียน โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ การหาแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเพื่อก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และศึกษาความคิดเห็นด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจโรงแรม โดยมีระเบียบวิธีวิจัยผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยเชิงคุณภาพศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับรางวัล The World's Best Hotel in Asia จากนิตยสาร Travel and leisure 2012 จำนวนทั้งหมด 11 โรงแรม รวมพนักงาน 358 คน พบว่า หากต้องการให้พนักงานมีการพัฒนาและมีความรู้ความสามารถในงานที่ปฏิบัตินั้น จำเป็นต้องมีการจัดโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการเพิ่มศักยภาพของพนักงานในโรงแรม โดยหลักสำคัญของการฝึกอบรมและพัฒนา คือ ทัศนคติของผู้นำ งบประมาณสำหรับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม และความร่วมมือกันของพนักงานในโรงแรมทั้งหมด จึงจะทำให้การพัฒนามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นาถวฤทธิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (2565) ได้ศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวน 210 คน โดยใช้แบบทดสอบและเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากจำนวนโรงแรม 6 แห่ง ๆ ละ 4 คน รวมจำนวน 24 คน ผลการศึกษา พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ควรได้รับการพัฒนา 1) มาตรฐานด้านบุคลิกภาพ ควรพัฒนาในเรื่องการพูดจาสุภาพ ถูกต้อง ชัดเจน 2) มาตรฐานด้านคุณธรรม จริยธรรม ควรพัฒนาในเรื่องความซื่อสัตย์สุจริต และ 3) มาตรฐานด้านความรู้ ทักษะ ความสามารถ

ในการปฏิบัติงาน ควรพัฒนาในเรื่องมีความสามารถในการติดต่อประสานงาน โดยโรงแรมขนาด 3 ดาว ยังพบอีกว่า การที่พนักงานขาดทักษะในเรื่องความเชี่ยวชาญในงานที่ปฏิบัติในแต่ละแผนกนั้น สาเหตุหลัก คือ การขาดการฝึกอบรมที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ดังจะเห็นได้จากผลการศึกษาที่ระบุได้อย่างชัดเจนในเรื่องของทักษะที่ขาดหายไป รวมถึงทัศนคติของพนักงานที่มีต่อองค์กรด้วยเช่นกัน ดังนั้น การศึกษาแนวทางการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ จึงเป็นแนวทางที่ชัดเจนว่า โรงแรมควรมีการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาที่ต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอของพนักงานในโรงแรม อันจะส่งผลดีต่อการบริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมต่อไป

กัลย์ชนิต อาญา, อารยา ไพบุลย์ และอริสรา วงศ์ศิริ (2566) ได้ร่วมกันศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมพนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการฝึกอบรมของโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยด้านแวดล้อมภายใน 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเหล่านี้กับกระบวนการฝึกอบรม และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการฝึกอบรมที่สำคัญ ได้แก่ การสอน การอบรม และภาวะผู้นำ 2) กระบวนการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพต้องคำนึงถึงการวิเคราะห์ความต้องการ การกำหนดเป้าหมาย การเลือกผู้เข้าฝึกอบรม การออกแบบโครงการและการประเมินผล ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาหลักสูตรทั้ง 5 ข้อ คือ 1) รวบรวมข้อมูลหัวข้อ หรือกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับการฝึกอบรม 2) กำหนดเป้าหมายการฝึกอบรมที่ชัดเจน เช่น การเพิ่มทักษะเฉพาะด้าน 3) เลือกผู้เข้าฝึกอบรมที่ตรงกับหัวข้อและเกณฑ์ที่กำหนด 4) ใช้วิธีการฝึกอบรมที่หลากหลาย เช่น การบรรยาย การอภิปราย และการสาธิต และ 5) ประเมินผลหลังการฝึกอบรม เพื่อปรับปรุงหลักสูตรในอนาคต

Wang (2011) ศึกษาเรื่องเครื่องมือประเมินสำหรับการฝึกอบรมและพัฒนาทางกลยุทธ์: การประยุกต์ใช้ในโรงแรมระดับดาวสูงในประเทศจีน เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาบุคลากรมนุษย์ที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานที่ตอบสนองเป้าหมายของโรงแรม และเพื่อใช้เป็นเครื่องมือประกอบการประเมินตนเองด้านการพัฒนาบุคลากรของโรงแรมหรือในประเทศจีน การศึกษาถูกออกแบบตามแนวคิดด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยประยุกต์ใช้ยุทธศาสตร์กรณีศึกษาแบบหลายกรณี และกำหนดวิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลที่สามารถเล่าถึงการฝึกอบรมพนักงาน การพัฒนาผู้จัดการ นโยบายและวิธีการในการพัฒนาบุคลากร และเข้าใจปัญหาที่พบในกระบวนการประเมินผลสำเร็จในการฝึกอบรมในโรงแรมระดับดาวสูง การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยระหว่างการสนทนามีการบันทึกเสียงเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในภายหลัง ร่วมกับการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเอกสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและวิธีการในการพัฒนาบุคลากรของโรงแรมระดับสูงของประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่าอุตสาหกรรมบริการ โรงแรมในประเทศไทยมีการกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในโรงแรมระดับดาวสูง ความสามารถในการแข่งขันได้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการพัฒนานวัตกรรม และการพัฒนาให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถสร้างนวัตกรรมบริการได้ เครื่องมือการประเมินที่พัฒนาขึ้น ช่วยให้โรงแรมระดับดาวสูงในประเทศไทย สามารถปรับปรุงการฝึกอบรมและพัฒนาความสามารถของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แผนการฝึกอบรม (Training road map) ขององค์กร เป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการปรับปรุงโครงสร้างและวิธีการในการพัฒนาบุคลากรของโรงแรมระดับดาวสูง นอกจากนี้ ผลการศึกษายังนำมาสู่แนวทางการพัฒนาและปรับเครื่องมือการประเมิน สำหรับการฝึกอบรมและพัฒนาทางกลยุทธ์ของโรงแรมที่ได้มาจากหลักการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในตะวันตก

Ivanka and Irina (2014) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การฝึกอบรมพนักงานในภาคการบริการ: ประโยชน์เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น โดยได้กล่าวถึงความสำคัญของการฝึกอบรมพนักงานในภาคการโรงแรมไว้ว่า การฝึกอบรมพนักงานมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมถึงการฝึกอบรมช่วยให้พนักงานเข้าใจบทบาทและความสำคัญของตนในองค์กร และช่วยพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง การฝึกอบรมยังมีส่วนช่วยเสริมสร้างทักษะด้านเทคนิค การปฏิสัมพันธ์ และความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงาน โดยการพัฒนาคุณภาพการบริการผ่านการฝึกอบรม ยังคงต้องอาศัยส่วนอื่นประกอบเพื่อคุณภาพการบริการที่จะได้รับ ขึ้นอยู่กับการมีโครงสร้างพนักงานที่เหมาะสม และผ่านการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และการฝึกอบรมช่วยเพิ่มผลผลิตขององค์กรและยกระดับความสามารถของพนักงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงโปรแกรมการฝึกอบรมที่สำคัญ เช่น การอบรมข้ามแผนก การอบรมด้านภาษา การพัฒนาทักษะด้านการขาย และความปลอดภัยในการทำงาน ด้านประโยชน์ของการฝึกอบรม เช่น เพิ่มความพึงพอใจในงานและแรงจูงใจของพนักงาน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและฝ่ายบริหาร และยกระดับคุณภาพการบริการให้ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าในระดับสูง สิ่งเหล่านี้ เกิดจากการฝึกอบรม โดยที่การศึกษานี้ แสดงให้เห็นว่า การฝึกอบรมพนักงานในภาคการโรงแรม เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยปรับปรุงคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้ง การออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมควรครอบคลุมการพัฒนาทักษะทั้งด้านการให้บริการ

และการสื่อสาร รวมถึงการจัดการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งบทความดังกล่าวยืนยันได้ว่า การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมสำหรับพนักงานโรงแรม เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการยกระดับคุณภาพการบริการ โปรแกรมฝึกอบรมควรมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะที่เกี่ยวข้องกับงาน เพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มที่ เพื่อสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนให้กับธุรกิจโรงแรมในระยะยาว

Suwannaset (2019) ทำการศึกษายาทบาทและความรับผิดชอบของฝ่ายทรัพยากรบุคคล ในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานในโรงแรมหรูระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ออกแบบตามแนวทางยุทธศาสตร์การศึกษาแบบการสร้างสรรค์ความรู้ฐานราก โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และผู้ดูแลการฝึกอบรมที่ปฏิบัติงานในโรงแรม 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 21 คน เทคนิคในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แบบมีร่างคำถามนำ และการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานของโรงแรม 5 ดาว การเลือกผู้ให้ข้อมูลใช้แนวทางในการเลือก 3 แนวทาง ได้แก่ การเลือกตามวัตถุประสงค์ (Purposive sampling) 2) การเลือกแบบอ้างอิงผ่านเทคนิค Snowball (Snowball sampling) และ 3) การกำหนดผู้ให้ข้อมูลให้เพียงพอเพื่อให้เกิดการยืนยันที่หนักแน่น (Theoretical sampling) ผลการศึกษาระบุถึงบทบาทและความรับผิดชอบด้านการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานของฝ่ายทรัพยากรบุคคลในโรงแรมหรูระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน 1) การจัดทำงานประมาณการฝึกอบรมเพื่อตรวจสอบให้แน่ใจว่า มีเงินและทรัพยากรต่าง ๆ เพียงพอในการจัดการฝึกอบรมและพัฒนาผู้ปฏิบัติงาน 2) การระบุความต้องการในการฝึกอบรมที่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาผู้ปฏิบัติงานให้มีสมรรถนะตามท้องที่ความต้องการ 3) การออกแบบกิจกรรมพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่สามารถเชื่อมโยงกับความต้องการขององค์กร และเหมาะสมกับลักษณะการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 4) การจัดโปรแกรมฝึกอบรมภายในที่เป็นภาคบังคับ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับการพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน 5) การรับรองคุณภาพของโปรแกรมฝึกอบรมทั้งหมดภายในองค์กร เพื่อตรวจสอบว่า การดำเนินการต่าง ๆ เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และ 6) การบริหารจัดการด้านการพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพของผู้ปฏิบัติงาน ส่งเสริมการเจริญเติบโตของพนักงานในองค์กร

Qi (2023) ได้ประเมินระบบการฝึกอบรมของโรงแรม Sheraton Zibo โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีสองปัจจัย (Two-factor theory) ของ Herzberg เพื่อเพิ่มแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงแรม โดยใช้วิธีการหลากหลายในการประเมินผล เช่น การสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้า การสังเกต การวิเคราะห์ SWOT และการตรวจสอบผลลัพธ์จากประวัติ

การฝึกอบรมและรายได้ของโรงแรม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การผสมผสานปัจจัยเชิงใจ (เช่น โอกาสก้าวหน้า การยอมรับ) และปัจจัยสุขอนามัย (เช่น สภาพแวดล้อมในการทำงาน) ช่วยส่งเสริมทั้งคุณภาพการบริการและความผูกพันของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยชิ้นนี้ สอดคล้องกับแนวทางของผู้วิจัยในการออกแบบ โปรแกรมฝึกอบรมที่มุ่งสร้างแรงจูงใจและพัฒนาสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ในองค์กร โรงแรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมฝึกอบรม

วิชาพรณ กิ่งวัชรพงศ์, สมลักษณ์ นุ่มทอง และกิตติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ (2554) ได้ร่วมกันศึกษารูปแบบการพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะ ด้านการ โรงแรมและบริการ งานบริการ ส่วนหน้า ตามมาตรฐานอาชีพอุตสาหกรรมบริการ โรงแรม โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) พัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะวิชาชีพด้านการ โรงแรมและบริการในงานบริการส่วนหน้า (Front office) ตามมาตรฐานอาชีพอุตสาหกรรมบริการ โรงแรม และ 2) พัฒนารูปแบบโมดูลการเรียน การสอนตามหลักสูตรฐานสมรรถนะ โดยเน้นการปรับใช้ในสถานประกอบการ และสถาบันการศึกษา โดยมีกระบวนการพัฒนา 3 องค์ประกอบ คือ 1) ใช้โมเดล “กสิภารโมเดล” (Kasipar model) เพื่อแปลงมาตรฐานอาชีพเป็นหลักสูตรการเรียนการสอน 2) พัฒนาโมดูลการเรียน 6 โมดูล เช่น การจัดการข้อมูล การต้อนรับลูกค้า และการจัดการค่าใช้จ่าย และ 3) ทดลองใช้ ในสถานศึกษาที่เปิดสอนสาขาการ โรงแรม และในสถานประกอบการจริง เช่น โรงแรมราชาธิริ รีสอร์ท แอนด์ สปา จากการศึกษา พบว่า ผลการเรียนรู้หลังใช้โมดูลสูงกว่าก่อนใช้โมดูล อย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งนักศึกษาแสดงสมรรถนะที่เหมาะสมกับความต้องการของสถาน ประกอบการและครู และผู้ฝึกอบรม มีความพึงพอใจในความเหมาะสมของโมดูล โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมหลังจากศึกษา คือ ควรนำโมดูลการเรียนที่พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้ ในสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตร ที่สอดคล้องกับมาตรฐานอาชีพและความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ งานของผู้วิจัย คือ ความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับสมรรถนะที่ตลาดแรงงาน ต้องการ ซึ่งตรงกับแนวคิดการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการใน โรงแรม รวมถึงการพัฒนาโมดูลที่เน้นสมรรถนะในด้านบริการช่วยให้พนักงานมีความพร้อม ในการปฏิบัติงานและตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยที่บทความนี้ มีความเกี่ยวข้องโดยตรง กับหัวข้อการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมสำหรับโรงแรม โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนา หลักสูตรฐานสมรรถนะที่เชื่อมโยงกับความต้องการของสถานประกอบการ การใช้โมดูลการเรียนรู้ ที่พัฒนาขึ้น ช่วยเสริมสร้างสมรรถนะการทำงานของพนักงานใน โรงแรม และยกระดับคุณภาพ การบริการให้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ชลดา พิงรำพรรณ และวุฒิพล สกตเกียรติ (2560) ได้ศึกษา เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อประเมินโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยและพัฒนาครั้งนี้ แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ศึกษาทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารและข้าราชการครูในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 คน โดยการใช้แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และจากการสัมภาษณ์และจัดกลุ่ม (Categorized) และสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร โดยมีครูทั้งหมด 11,848 คน จากทั้งหมด 6 กลุ่ม ระยะที่ 2 พัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม เป็นการพัฒนาโปรแกรมให้สอดคล้องกับผลที่ได้จากการศึกษาองค์ประกอบทักษะการเรียนรู้เป็นทีม ที่ได้จากระยะที่ 1 โดยผู้วิจัยสร้างโครงร่างโปรแกรม แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาโปรแกรม จำนวน 6 คน ตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสม และความสอดคล้องขององค์ประกอบของโปรแกรม และระยะที่ 3 ประเมินโปรแกรมฝึกอบรม เป็นการนำโปรแกรมที่ผ่านการปรับปรุงแล้ว ไปทดลองใช้กับข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน โดยใช้รูปแบบการทดลองแบบกลุ่มเดียว ทดสอบก่อนและหลังการทดลอง (The one group Pre-test and post-test design) โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้ 1) การเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยของทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ t-test (Dependent samples) ระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการใช้โปรแกรม 2) ประเมินความพึงพอใจต่อการใช้โปรแกรมตามความคิดเห็นของผู้เข้าอบรม ใช้แบบประเมินความพึงพอใจต่อโปรแกรมฝึกอบรม กำหนดเกณฑ์ความพึงพอใจต้องอยู่ในระดับ 3.50 ขึ้นไป จากการศึกษาและพัฒนา พบว่า การศึกษาทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร รวมถึงการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมและการประเมินโปรแกรมฝึกอบรม ได้ข้อสรุป คือ ผลที่ได้รับจากระยะที่ 1 นำไปสู่การดำเนินการระยะที่ 2 โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล และส่วนที่ 2 การสอบถามความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย และนำไปพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม และระยะสุดท้ายระยะที่ 3 ประเมินโปรแกรมได้นำข้อมูลโปรแกรมฝึกอบรมไปทดลองใช้กับข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร

กัญญารัตน์ เครือไพบูลย์ และอังคณา อ่อนธานี (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยใช้กลวิธี พหุประสาทสัมผัส สำหรับพนักงานโรงแรม โดยดำเนินการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลที่เป็นในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถ ในการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยใช้กลวิธีพหุประสาทสัมผัส สำหรับพนักงานโรงแรม 2) เพื่อสร้าง โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยใช้กลวิธี พหุประสาทสัมผัส สำหรับพนักงานโรงแรม 3) เพื่อศึกษาผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยใช้กลวิธีพหุประสาทสัมผัส สำหรับ พนักงานโรงแรม และ 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการฝึกอบรมตามโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยใช้กลวิธีพหุประสาทสัมผัส สำหรับ พนักงานโรงแรม โดยผลการวิจัยสรุปได้ว่า การใช้กลวิธีพหุประสาทสัมผัสในการพัฒนา การสื่อสารด้านภาษาอังกฤษ เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างก่อนการฝึกอบรมและหลังการฝึกอบรม พบว่า พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษดีขึ้น โดยเฉพาะด้านการใช้คำศัพท์ สิ่งของที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรม อีกทั้งยังพบว่า พนักงานในโรงแรมมีความพึงพอใจกับโปรแกรมฝึกอบรมของประสาทสัมผัสที่มีส่วนช่วย ในการพัฒนาและส่งเสริมทักษะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษอีกด้วย

ศิรินพพรณ ชุ่มอินทจักร (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การวิจัยและพัฒนาโปรแกรม เรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับพนักงานในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อบริการรับแขกเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัด เชียงราย โดยดำเนินการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความต้องการของพนักงาน ในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และสร้างโปรแกรมเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับ พนักงานในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก โดยมีประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการและพนักงานในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย โดยการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) รวมทั้งสิ้น จำนวน 110 คน และ สำหรับการสร้างโปรแกรม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน โดยการเลือก แบบบอกต่อ (Snowball sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบทดสอบความต้องการ การเรียนรู้ด้วยตนเอง และแบบประเมินโปรแกรม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ และพนักงานมีความต้องการเรียนรู้ด้านเนื้อหามากที่สุด และรองลงมา คือ การเรียนผ่านระบบ ออนไลน์ อีกทั้งผลประเมินจากผู้เชี่ยวชาญยังพบว่า โปรแกรมมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายของงานวิจัยอย่างมาก

วิกานดา เกษตรเอี่ยม, กิตติภพ วุฒิไกร และอนุสรณ์ แสงมณี (2562) ได้ร่วมกันศึกษา การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมการให้บริการโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ของพนักงานต้อนรับโรงแรม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยได้ศึกษาองค์ประกอบของการให้บริการของพนักงานต้อนรับ โรงแรม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม สุดท้ายมีการประเมิน โปรแกรม โดยมีพนักงานต้อนรับโรงแรม จำนวน 440 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบทดสอบ การวิเคราะห์องค์ประกอบใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการทดสอบที่ แบบกลุ่มสัมพันธ์ ผลการศึกษา พบว่า การให้บริการของพนักงานต้อนรับในโรงแรม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือดีขึ้นจากก่อนการฝึกอบรม โดยที่พนักงานต้อนรับมีความพึงพอใจ กับโปรแกรมฝึกอบรมดังกล่าว อีกทั้ง โปรแกรมที่จัดทำขึ้น ส่วนมีองค์ประกอบของการพัฒนา พนักงานต้อนรับในโรงแรมทั้งสิ้น ได้แก่ การบริการและการสื่อสาร ภาวะผู้นำและการคาดการณ์ พฤติกรรมลูกค้า การจัดการและการตลาด การจัดการความหลากหลายทางวัฒนธรรม การใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน การจัดการงานธุรการและการทำงานเป็นทีม ซึ่งทั้งหมด เป็นองค์ประกอบที่เกิดจากการศึกษาแล้วนำมาพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ส่งผลให้พนักงานต้อนรับ ในโรงแรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้ง 440 คน มีความรู้ ทักษะความสามารถที่เพิ่มขึ้น อันเกิดจากการศึกษาและนำมาพัฒนาการบริการให้เกิดขึ้นในโรงแรม

Chueasraku (2015) ได้ศึกษา เรื่อง อิทธิพลของรูปแบบการเรียนรู้ การออกแบบ โปรแกรมการฝึกอบรมและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพการบริการ และประสิทธิผลขององค์กร: กรณีศึกษาโรงแรมในกรุงเทพมหานคร โดยทำการทดสอบ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 565 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการศึกษา ใช้เทคนิควิจัยเชิงปริมาณ เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติการทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบการเรียนรู้ การฝึกอบรม และสิ่งแวดล้อม ของพนักงานในการทำงาน ต่างมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อคุณภาพการบริการ และประสิทธิผล ขององค์กร นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ของพนักงานโรงแรม ความพึงพอใจของลูกค้าและผลประกอบการของโรงแรม เพราะ หากพนักงานมีความพึงพอใจจะส่งผลดีต่อการบริการและธุรกิจโรงแรมเช่นกัน

Prasanth (2015) ได้ศึกษา เรื่อง การฝึกอบรมและการพัฒนาในอุตสาหกรรมโรงแรม โดยได้กล่าวถึงความสำคัญของการฝึกอบรมในอุตสาหกรรมโรงแรมไว้ว่า การฝึกอบรม เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยเพิ่มทักษะ ความรู้ และปรับปรุงพฤติกรรมของพนักงานให้เหมาะสม กับความต้องการของลูกค้าในอุตสาหกรรมโรงแรม และการฝึกอบรมไม่เพียงเพิ่มประสิทธิภาพ

การทำงานของพนักงาน แต่ยังช่วยเสริมสร้างขวัญกำลังใจ ความพึงพอใจในงาน และลดอัตรา การลาออก อีกทั้งยังได้ระบุไว้ว่า การพัฒนาและการจัดการโปรแกรมฝึกอบรม ยังคง มีส่วนประกอบ คือ การระบุความต้องการฝึกอบรม (Training needs assessment) เป็นขั้นตอน สำคัญในการวิเคราะห์ช่องว่างของทักษะที่ต้องพัฒนา ตามด้วยกระบวนการฝึกอบรม ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การประเมินความต้องการ การวางแผน การดำเนินการ และการประเมินผล และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ควรใช้เทคนิคหลากหลายร่วมด้วย เช่น การฝึกอบรมในงาน (On-the-job training) และการฝึกอบรมนอกสถานที่ (Off-the-job training) เพื่อรองรับ ความต้องการเฉพาะของพนักงานและองค์กร อีกทั้งยังกล่าวไว้ด้วยถึงผลกระทบของการฝึกอบรม ที่เกิดขึ้นหลังจากการฝึกอบรม คือ การฝึกอบรมช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง เช่น การแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และการเสริมสร้างความภักดี ในแบรนด์ขององค์กร และโรงแรมสามารถปรับ โปรแกรมฝึกอบรมให้เป็นนวัตกรรมมากขึ้น ในสถานะเศรษฐกิจที่ท้าทาย เช่น การใช้เทคโนโลยีและโปรแกรมที่พนักงานสามารถจัดการเองได้ จากการศึกษา ผู้วิจัย พบว่า บทความแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของการฝึกอบรมในอุตสาหกรรม โรงแรม ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการออกแบบ โปรแกรมฝึกอบรมที่ดี สามารถเชื่อมโยงกับเป้าหมายทางธุรกิจและคุณค่าหลักของโรงแรม เช่น การสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจในแบรนด์ สรุป คือ บทความนี้ สนับสนุนแนวคิด ว่า การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่มีคุณภาพและต่อเนื่อง เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาคุณภาพ การบริการในโรงแรม โดยเน้นการออกแบบโปรแกรมที่ตอบสนองความต้องการของทั้งพนักงาน และองค์กร ซึ่งสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ โรงแรมในระยะยาว

Praneetham (2017) ศึกษาวิจัย เรื่อง การฝึกอบรมธุรกิจ โรงแรมเพื่อพัฒนาทักษะบุคลากร ในการสื่อสารภาษาจีน โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ 1) เพื่อเปรียบเทียบคะแนนความสำเร็จ ด้านความรู้และทักษะการสื่อสารภาษาจีนของพนักงานโรงแรม ก่อนและหลังการฝึกอบรม และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อ โปรแกรมการฝึกอบรมของพนักงานโรงแรม ใช้ระเบียบวิธีวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างพนักงานโรงแรม จำนวน 50 คน ในเกาะสมุย คัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบทดสอบและโมดูลการฝึกอบรม 5 โมดูล ได้แก่ 1) บทนำ 2) การสนทนา ขึ้นพื้นฐาน 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม 4) บริการห้องพัก และ 5) การให้บริการที่พัก การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test ในการเปรียบเทียบข้อมูล ก่อนและหลังการฝึกอบรม ซึ่งผลการวิจัย คะแนนความรู้และทักษะของพนักงานหลังการฝึกอบรม เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$) ความพึงพอใจของพนักงานต่อโปรแกรมการฝึกอบรม

อยู่ในระดับดีถึงดีมาก โดยเฉพาะในเรื่องความเชี่ยวชาญของผู้สอน และการจัดการหลักสูตร คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ ควรเพิ่มระยะเวลาในการฝึกอบรมในแต่ละโมดูล และสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการโต้ตอบกับเจ้าของภาษาจีน ใช้สื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อกระตุ้นประสบการณ์การเรียนรู้ที่สนุกสนาน เน้นความสำคัญของงานวิจัยต่อหัวข้อ “การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในโรงแรม” เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีน ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าชาวจีนที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น สุดท้ายยืนยันว่า การออกแบบ โมดูลการฝึกอบรมเฉพาะด้าน เช่น ทักษะภาษาจีน สามารถเพิ่มความมั่นใจและศักยภาพในการให้บริการของพนักงาน และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีผู้สอนที่มีคุณภาพ และการปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรมให้ตรงกับความต้องการของพนักงาน และลูกค้า ซึ่งงานวิจัยนี้ สามารถนำไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่เน้นการยกระดับคุณภาพการบริการในบริบทของลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Charoenarpornwattana (2022) ได้ศึกษา เรื่อง การพัฒนารูปแบบกระบวนการฝึกอบรมสำหรับโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเมืองพัทยา เพื่ออธิบายกระบวนการฝึกอบรมและพัฒนารูปแบบกระบวนการฝึกอบรมสำหรับโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ออกแบบกรอบแนวคิดในการศึกษาตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กลยุทธ์ทฤษฎีการสร้างความรู้ฐานราก (Constructivist grounded theory strategy) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการทั่วไป และหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ ของโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา รวม 25 คน ผ่านการสัมภาษณ์ทางวิดีโอคอล ระบุผู้ให้ข้อมูลผ่าน 4 เทคนิค คือ 1) เลือกผู้ให้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ (Purposive sampling) 2) สร้างเกณฑ์คุณสมบัติ โดยระบุว่าต้องมีประสบการณ์ในการทำงานอย่างน้อย 3 ปี และมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม (Criteria for selection) 3) กำหนดผู้ให้ข้อมูลจนเพียงพอกับความอิ่มตัวของข้อมูลที่ได้รับ (Theoretical sampling) 4) ระบุเจาะจงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ (Expert recommendations) และ 5) ได้รับความยินยอมและเต็มใจในการเข้าร่วมในการศึกษา (Voluntary participation) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีการสร้างความรู้ฐานราก ตามแนวทางของ Charmaz (2006) ผลการศึกษา พบว่า กระบวนการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพสำหรับโรงแรมระดับ 4 ดาวในเมืองพัทยา ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 10 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ความต้องการฝึกอบรม (TNA) 2) การออกแบบและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม 3) การส่งโปรแกรมการฝึกอบรมที่ออกแบบให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์พิจารณา 4) การปรับแก้โปรแกรมการฝึกอบรมตามคำแนะนำของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ 5) การอนุมัติขั้นสุดท้ายจากผู้บริหาร (GM) 6) พิจารณาลำดับความสำคัญก่อน-หลังของโปรแกรมฝึกอบรมที่จะจัดขึ้น 7) ประชาสัมพันธ์โปรแกรมการฝึกอบรม 8) ดำเนินการจัดการฝึกอบรม

9) การอำนวยความสะดวก และ 10) การประเมินผลความสำเร็จของโปรแกรมการฝึกอบรม กระบวนการฝึกอบรมข้างต้น ชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาคุณภาพการบริการผ่านโปรแกรมการฝึกอบรม ในโรงแรม 4 ดาว เมืองพัทยา ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการที่เป็นระบบ อาศัยความร่วมมือจากทุกคน ในองค์กร มีการประเมินผลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ

อลงกรณ์ จาณูสรณ์ และวีระ วีระโสภณ (2562) ได้ร่วมกันศึกษาแนวทางการพัฒนา การจัดการและคุณภาพการบริการของโรงแรมแนวบูติกในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการและคุณภาพการบริการของโรงแรมแนวบูติก ในกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพผ่านการวางแผน การพัฒนาบุคลากร และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเน้นกระบวนการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริหาร พนักงานต้อนรับ และผู้จัดการแผนกต่าง ๆ และจากการศึกษาวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการของโรงแรมแนวบูติกขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ เช่น การให้ข้อมูลที่ชัดเจน การตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และการสร้างความมั่นใจ ในบริการ และการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการสอบถามความต้องการของลูกค้า (Guest comment) เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคุณภาพบริการ โดยจากการศึกษาได้มี ข้อเสนอแนะ คือ โรงแรมควรมีการจัดฝึกอบรมพนักงาน ในเรื่องความเข้าใจความต้องการของ ลูกค้า และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และแนะนำให้ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการให้บริการ และพัฒนาโครงสร้างการจัดการที่ยืดหยุ่นและตอบสนองความเปลี่ยนแปลง ได้รวดเร็ว ซึ่งการเชื่อมโยงกับการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม โดยบทความชี้ให้เห็นความสำคัญ ของการฝึกอบรมพนักงานในด้านต่าง ๆ เช่น การให้บริการอย่างมีมาตรฐาน การสร้าง ความน่าเชื่อถือ และการพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนา โปรแกรมฝึกอบรม และการใช้ความคิดเห็นจากลูกค้า และการวางแผนร่วมกับพนักงาน ช่วยทำให้โปรแกรมฝึกอบรมมีความเหมาะสมและตรงจุด

ธนาภรณ์ ทศนภักดิ์ (2562) ได้ศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของ โรงแรมสวนวรุณ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพ การบริการใน 3 แผนกของโรงแรม ได้แก่ แผนกต้อนรับส่วนหน้า แผนกห้องพัก และบริการเสริม อื่น ๆ และ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับ การศึกษา และอาชีพ ซึ่งผลจากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ในแต่ละแผนกยังอยู่ในระดับปานกลาง และลูกค้ามีความคาดหวังสูงในเรื่องการบริการที่ตรงตาม คำมั่นสัญญา การให้บริการที่มีความสุภาพ และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว แต่ยังมีช่องว่าง

ในด้านคุณภาพการบริการที่ต้องได้รับการพัฒนา โดยจากการศึกษาได้มีข้อเสนอแนะว่า การพัฒนาคุณภาพบริการควรเน้นที่การเสริมทักษะของพนักงาน เช่น การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า และควรใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาการบริการ เช่น การใช้ระบบอัตโนมัติ หรือซอฟต์แวร์เพื่อช่วยพนักงานตอบสนองความต้องการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น

อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์ (2564) ได้ศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำในธุรกิจที่พักแรม ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ 1) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการในแผนกต่าง ๆ เช่น แผนกต้อนรับ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และห้องพักในโรงแรม 2) วิเคราะห์ความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ของการบริการ ได้แก่ ความสามารถที่จับต้องได้ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจในความรู้สึกผู้อื่น (Empathy) และคุณลักษณะของพนักงาน และ 3) ศึกษาแนวโน้มของการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยใช้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมในเขตอำเภอเมืองตรัง ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ คือ 1) ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูงกับคุณภาพการบริการในทุกมิติ โดยมิติที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสามารถที่จับต้องได้และความน่าเชื่อถือ 2) คุณลักษณะของพนักงาน เช่น ความสุภาพ ยิ้มแย้ม และมารยาท เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้จากการศึกษายังมีข้อที่เสนอแนะในด้านอื่นๆ อีก คือ 1) ควรพัฒนาทักษะของพนักงานในด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และ 2) ควรมีการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในความรู้สึกของลูกค้า และการสร้างความมั่นใจในบริการ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของผู้วิจัย ในเรื่องการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการของลูกค้าชาวจีนแล้วนั้น งานวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการฝึกอบรมพนักงานในมิติที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เช่น ความสามารถที่จับต้องได้ การตอบสนอง และคุณลักษณะของพนักงาน อีกทั้งการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพการบริการในมิติที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นการวิจัยนี้ จึงมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับหัวข้อการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม โดยชี้ให้เห็นว่าการออกแบบโปรแกรมที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเน้นการพัฒนาทักษะพนักงานในด้านที่สำคัญ สามารถช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการ และส่งเสริมการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นัตรมณี ประทุมทอง และชิษณุพงศ์ ศิริโชตินิสากร (2565) ได้ร่วมกันศึกษาทักษะที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านการบริการของพนักงานโรงแรมยุคใหม่ โดยทักษะสำคัญของพนักงาน

โรงแรมยุคใหม่ ที่สำคัญสำหรับพนักงานโรงแรมในยุคปัจจุบัน ได้แก่ 1) ความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) หมายถึง ความสามารถในการรับรู้อารมณ์และปรับตัวต่อสถานการณ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี 2) ความฉลาดเชิงวัฒนธรรม (CQ) หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจและปรับตัวในบริบทที่หลากหลายทางวัฒนธรรม และ 3) ความฉลาดเชิงประสบการณ์ (ExQ) หมายถึง การใช้ประสบการณ์เพื่อสร้างความประทับใจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสถานการณ์เฉพาะ ซึ่งทักษะเหล่านี้ มีความสำคัญของการปรับตัวหลังยุค Covid-19 อย่างมากกับการบริการ เพราะการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมลูกค้าหลัง Covid-19 ส่งผลให้การบริการต้องเน้นการตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลมากขึ้น อีกทั้งทักษะทั้ง 3 ด้าน (EQ, CQ และ ExQ) ช่วยให้พนักงานสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลง และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า โดยจากการศึกษาได้ผลลัพธ์จากการพัฒนาทักษะ คือ ช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และเสริมสร้างแรงจูงใจและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน รวมถึงเป็นการสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลในธุรกิจโรงแรม จากการศึกษาเรื่องดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นได้ว่า ทักษะ EQ, CQ และ ExQ เป็นหัวใจสำคัญที่ต้องรวมอยู่ในโปรแกรมฝึกอบรมสำหรับพนักงานโรงแรม เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการ อีกทั้ง การฝึกอบรมที่เน้นพัฒนาทักษะเหล่านี้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและเพิ่มมาตรฐานการบริการ โดยผู้วิจัยสามารถสร้างแนวทางการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม คือ โปรแกรมฝึกอบรมครอบคลุมการพัฒนาทักษะเชิงอารมณ์ การเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่าง และการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสถานการณ์ต่าง ๆ และควรเน้นการฝึกปฏิบัติจริงและการแก้ปัญหาในสถานการณ์จำลอง เพื่อให้พนักงานพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่หลากหลาย

Mohammad (2017) ได้ศึกษา เรื่อง ผลกระทบของการฝึกอบรมต่อการยกระดับคุณภาพการบริการในโรงแรมระดับ 5 ดาว: กรณีศึกษาในเมืองอัมมาน จากมุมมองของพนักงาน โดยได้กล่าวไว้ว่า ความสำคัญของการฝึกอบรมในโรงแรมระดับ 5 ดาว คือ การฝึกอบรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณภาพของการบริการในโรงแรม โดยเฉพาะในโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่ลูกค้ามีความคาดหวังสูง และการฝึกอบรมช่วยเสริมสร้างทักษะ ความรู้ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงาน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการนำแนวคิดการบริหารคุณภาพโดยรวม (Total quality management-TQM) มาใช้ในกระบวนการฝึกอบรม สามารถช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการให้สอดคล้องกับระดับสากล โดยมีแนวทางการออกแบบและดำเนินการฝึกอบรม คือ 1) การฝึกอบรมที่มีคุณภาพต้องอาศัยการระบุความต้องการฝึกอบรมที่แม่นยำ การออกแบบหลักสูตรตามเป้าหมายที่ชัดเจน และการประเมินผลอย่างเป็นระบบ 2) โปรแกรมฝึกอบรมควรครอบคลุมถึงการพัฒนาทักษะเชิงเทคนิค การบริหาร

จัดการ และการสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมของลูกค้า และ 3) การเชื่อมโยงการฝึกอบรมเข้ากับระบบแรงจูงใจทั้งด้านการเงินและจิตวิทยา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงาน และลดอัตรา การลาออก โดยผลจากการฝึกอบรมต่อคุณภาพการบริการ คือ การฝึกอบรมช่วยลดข้อผิดพลาด ในการให้บริการ และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน และการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง ช่วยลดต้นทุนที่เกิดจากการขาดทักษะ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับหัวข้อของผู้วิจัย การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับ คุณภาพการบริการ โดยเฉพาะการผสมผสานแนวคิด TQM ที่ช่วยให้พนักงานสามารถมอบบริการ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า การออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมควรให้ความสำคัญกับ การพัฒนาทักษะที่เหมาะสมตามบทบาทหน้าที่ของพนักงาน และตอบสนองเป้าหมายขององค์กร ในด้านคุณภาพ โดยสรุป คือ บทบาทมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับหัวข้อการพัฒนาโปรแกรม ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าของโรงแรม โดยชี้ให้เห็นว่า การฝึกอบรม ที่มีคุณภาพและต่อเนื่อง สามารถช่วยสร้างพนักงานที่มีศักยภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และยกระดับมาตรฐานการบริการให้สอดคล้องกับระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Sjukriana and Falaq (2018) ได้ศึกษา เรื่อง คุณภาพการบริการและความจงรักภักดี ของลูกค้าต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่โรงแรม Salak Express เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริการ ของโรงแรมในอนาคต Salak Express การศึกษานี้ ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการแจก แบบทดสอบ ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของตนที่ได้รับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา เป็นผู้เข้าพักที่โรงแรม และได้แบบทดสอบที่สมบูรณ์ จำนวน 70 ชุด สำหรับเทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) ผลการวิเคราะห์ ผ่านโปรแกรม SPSS ที่ใช้เทคนิคนี้ ช่วยให้เกิดความเข้าใจผลกระทบของตัวแปรอิสระหลายตัว ต่อตัวแปรตาม กล่าวคือ เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความภักดีของลูกค้า ต่อความพึงพอใจของลูกค้า (ตัวแปรตาม) จากการวิเคราะห์ผลกระทบของคุณภาพการบริการ และความภักดีของลูกค้าต่อความพึงพอใจของลูกค้า ช่วยให้โรงแรมสามารถเข้าใจความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าได้ดีขึ้น ตลอดจนทราบแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ และสร้างความภักดีของลูกค้าในระยะยาว ผลของการศึกษา พบว่า 1) คุณภาพการบริการ มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยลูกค้าที่ได้รับการบริการที่ดี มีแนวโน้ม ที่จะพึงพอใจมากขึ้น 2) ความภักดีของลูกค้ามีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยลูกค้า ที่มีความภักดีต่อโรงแรม มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจสูงขึ้น 3) คุณภาพการบริการ และความภักดีของลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ข้อเสนอแนะจาก

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า 1) โรงแรมควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดี และมีความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการของโรงแรม 2) การฝึกอบรมพนักงานเป็นสิ่งสำคัญที่โรงแรมควรให้ความสำคัญ เนื่องจากพนักงานที่มีทักษะและความรู้ในการให้บริการที่ดี จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) โรงแรมควรสร้างระบบการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อให้สามารถรับรู้ถึงปัญหาและข้อเสนอแนะจากลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และนำไปปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น 4) การสร้างความภักดีของลูกค้าเป็นสิ่งที่โรงแรมควรให้ความสำคัญ โดยการจัดทำโปรแกรมสะสมแต้ม หรือสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกมีคุณค่า และต้องการกลับมาใช้บริการอีก 5) โรงแรมควรใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงการบริการ เช่น การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจองห้องพัก การให้บริการข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้ง่ายขึ้น 6) การสร้างบรรยากาศที่ดีในโรงแรมเป็นสิ่งสำคัญ เช่น การตกแต่งห้องพักให้สวยงามและสะอาด การจัดทำกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและมีความสุขในการเข้าพัก 8) โรงแรมควรมีการตรวจสอบและประเมินผลการบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น ตามความต้องการของลูกค้า 9) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นสิ่งที่โรงแรมควรให้ความสำคัญ โดยการให้บริการที่เป็นมิตรและใส่ใจในรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ และต้องการกลับมาใช้บริการอีก 10) โรงแรมควรมีการจัดทำแผนการตลาดที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ และรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง 11) โรงแรมควรให้บริการที่มีความยืดหยุ่น และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่า ตนเองได้รับการดูแลและให้ความสำคัญ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่า การศึกษานี้ อาจมีข้อจำกัดบางประการ อาทิเช่น ขนาดตัวอย่างเล็ก กล่าวคือ งานวิจัยนี้ใช้ตัวอย่างผู้ตอบแบบทดสอบเพียง 70 คน ไม่ได้ระบุถึงเทคนิคในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ไม่สามารถพิจารณาได้ว่า ผู้ตอบแบบทดสอบเป็นตัวแทนที่ดีของผู้ใช้บริการทั้งหมดหรือไม่ ตลอดจนทำให้ผลการวิจัยอาจไม่สามารถนำไปใช้กับกลุ่มประชากรที่กว้างขึ้นได้ นอกจากนี้ การศึกษานี้ ดำเนินการศึกษากับผู้เข้าพักในโรงแรมแห่งเดียว คือ Company Hotel Salak Express ผลการวิจัยจึงอาจไม่สามารถนำไปใช้กับโรงแรมอื่น ๆ ได้ เมื่อพิจารณาถึงประเด็นด้านเวลา พบว่า ขาดข้อมูลตามช่วงเวลา กล่าวคือ ผู้วิจัยทำการวิจัยในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งไม่สามารถแสดงการเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพการบริการ หรือความภักดีของลูกค้าในระยะยาวได้ สำหรับตัวแปรที่ศึกษาเป็นตัวแปรที่ค่อนข้างจำกัด แม้ว่างานวิจัยนี้ มุ่งเน้นที่คุณภาพการบริการและความภักดีของลูกค้าเป็นหลัก แต่ก็มองข้ามตัวแปรสำคัญอื่น ๆ เช่น ราคา สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะที่โรงแรมมีให้ และ

ขาดการพิจารณาปัจจัยภายนอก เช่น สภาพเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล หรือคู่แข่ง ซึ่งอาจมีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดยไม่ขึ้นกับคุณภาพการบริการของโรงแรม ทำที่สุด คือ บริบทเฉพาะของงานวิจัย ผลการวิจัยอาจไม่สามารถนำไปใช้กับโรงแรมประเภทอื่น ๆ เช่น รีสอร์ทหรู หรือที่พักราคาประหยัด ซึ่งอาจมีปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่แตกต่างกัน

Kakarougkas and Papageorgakis (2023) ได้ศึกษาประสิทธิผลของวิธีการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงประสิทธิภาพของทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมในประเทศกรีซ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการแจกแบบทดสอบแก่พนักงานโรงแรม จำนวน 135 คน ระหว่างวันที่ 17 มีนาคม ค.ศ. 2018 ถึงวันที่ 17 พฤษภาคม ค.ศ. 2022 โดยพนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างถูกเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก (Convenient sampling technique) การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการผ่านเทคนิคทางสถิติที่ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อสรุปลักษณะพื้นฐานของข้อมูลที่เก็บรวบรวม และแสดงการกระจายตัวของข้อมูล วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อระบุความสัมพันธ์พื้นฐานระหว่างตัวแปรที่วัดได้ และเพื่อค้นหาโครงสร้างของชุดตัวแปรขนาดใหญ่ ในการศึกษา EFA ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้อย่างเป็นสถิติ เพื่อช่วยในการกำหนดวิธีการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการปรับปรุงประสิทธิภาพของทรัพยากรบุคคลในธุรกิจโรงแรม และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อทดสอบว่า ข้อมูลนั้นสอดคล้องกับโมเดลการวัดที่ตั้งสมมติฐานไว้หรือไม่ และยืนยันผลการค้นพบจาก EFA เพื่อตรวจสอบว่า องค์ประกอบที่ระบุสามารถแทนข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากพนักงานโรงแรมได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้พัฒนาแบบทดสอบแบบไลเคิร์ตแบบ 5 ระดับ (Five-rating likert scale) จำนวน 24 มาตราวัด เพื่อวัดระดับความคิดเห็นของพนักงานโรงแรมเกี่ยวกับประสิทธิผลของวิธีการฝึกอบรมต่าง ๆ และช่วยหาปริมาณข้อมูลเชิงอัตวิสัย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า 1) การลงทุนในวิธีการฝึกอบรมที่ปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ปฏิบัติงาน ช่วยให้ผู้จัดการโรงแรมมอบบริการที่ดีกว่าให้กับลูกค้า นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของระดับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจโรงแรม 2) การปรับปรุงประสิทธิภาพของทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรม ควรดำเนินการผ่านการจัดฝึกอบรมที่สนับสนุนการเรียนรู้ทั้งแบบทางการและไม่ทางการ เช่น กรณีศึกษา เกมธุรกิจ และการให้คำปรึกษา และพบว่า มีประสิทธิภาพมากเมื่อใช้พัฒนาด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป 3) ผลการศึกษานี้ นำไปสู่การสร้างและการตรวจสอบความถูกต้องของมาตราส่วนแบบ Likert-type ใหม่ 4 แบบ

ที่นักวิจัยคนอื่นสามารถใช้ในอนาคต ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา มีดังนี้ 1) ควรใช้เทคนิคการพัฒนาแบบให้คำปรึกษา เพื่อปรับปรุงความสามารถของพนักงานโรงแรมในการยอมรับการเปลี่ยนแปลง และปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ 2) ควรใช้เทคนิคการฝึกอบรมแบบทั้งกรณีศึกษาและการให้คำปรึกษา เพื่อปรับปรุงการยอมรับเทคโนโลยีใหม่และนวัตกรรมในหมู่พนักงานโรงแรม และส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3) การสาธิตและการฝึกงานมีประสิทธิภาพน้อยกว่าในการปรับปรุงประสิทธิภาพของพนักงานโรงแรม ในด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวกับสภาพแวดล้อมใหม่ 4) โปรแกรมการฝึกอบรมควรถูกออกแบบให้เฉพาะตามความต้องการของผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่ายซึ่งแตกต่างกัน

Rebeca (2023) ได้ศึกษา เรื่อง คุณภาพการบริการและการฝึกอบรมพนักงานในโรงแรมระดับ 5 ดาว กล่าวไว้ว่า การฝึกอบรมเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริการในโรงแรม โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งต้องให้บริการที่มีมาตรฐานสูง และตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า อีกทั้งโรงแรมที่มีคุณภาพ ต้องพัฒนาทักษะพนักงานทั้งด้านเทคนิค การบริการ และทักษะเชิงพฤติกรรม เช่น ความสามารถในการตอบสนองต่อคำขอ การแสดงความสนใจต่อลูกค้า และการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริการที่ดีต้องประกอบด้วยความต่อเนื่อง ความสม่ำเสมอ และความเป็นเลิศ พนักงานจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในงานที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกสำคัญและได้รับบริการที่เกินความคาดหวัง ซึ่งการฝึกอบรมมีส่วนสำคัญ การเพิ่มทักษะการสื่อสาร การบริการต่อลูกค้า อีกทั้งยังกล่าวถึงความท้าทายของโรงแรมที่พบว่าโรงแรมที่ศึกษาในกรณีตัวอย่าง มีปัญหาเรื่องการหมุนเวียนของพนักงานสูง ส่งผลให้พนักงานมีระยะเวลาทำงานสั้น และขาดความพึงพอใจในงาน การขาดแรงจูงใจ เช่น การไม่มีแรงจูงใจทางการเงินและการไม่มีเวลาพักผ่อนที่เหมาะสม เป็นปัจจัยที่ลดทอนคุณภาพการบริการ แต่ผลจากการฝึกอบรม ทำให้พบว่า พนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมจะสามารถให้บริการที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของลูกค้า และการฝึกอบรมช่วยเพิ่มความสามารถในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งช่วยลดปัญหาความไม่พอใจของลูกค้า และสร้างความประทับใจในบริการ ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว ทำให้แสดงให้เห็นว่า การฝึกอบรมพนักงานในโรงแรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการรักษาลูกค้าและสร้างความพึงพอใจ และโรงแรมที่เน้นการฝึกอบรมเชิงคุณภาพสามารถพัฒนาทั้งประสิทธิภาพและความประทับใจของลูกค้า โดยเฉพาะในโรงแรมระดับสูงที่ลูกค้าคาดหวังการบริการที่มีมาตรฐานเหนือกว่าปกติ จากข้อความนี้ แสดงถึงความสำคัญของการฝึกอบรมในอุตสาหกรรมโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งการฝึกอบรม

ไม่เพียงแต่เพิ่มความสามารถของพนักงาน แต่ยังช่วยสร้างมาตรฐานคุณภาพการบริการที่เหนือกว่า คู่แข่ง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมสำหรับโรงแรม จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้าและเพิ่มศักยภาพขององค์กรในระยะยาว

Wang and Torres (2024) ได้ร่วมกันศึกษา เรื่อง คุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรมของจีน โดยได้วิเคราะห์คุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรมของจีนที่เน้นถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพบริการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก โดยใช้กรอบแนวคิด SERVQUAL ที่แบ่งการวัดผลคุณภาพบริการออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ ความมีตัวตน (Tangibility) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) และความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ทั้งนี้ จากการศึกษาได้ค้นพบประเด็นสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรมในจีน ซึ่งอุตสาหกรรมโรงแรมในจีนมีการเติบโตอย่างรวดเร็วหลังจากการเปิดประเทศ แต่ยังคงมีความท้าทายในเรื่องคุณภาพบริการที่ยังต่ำกว่ามาตรฐานสากล โดยเฉพาะการขาดการให้บริการที่ปรับให้เหมาะสมกับความต้องการส่วนบุคคล สิ่งที่ยังพบเป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพบริการ เช่น ความมีตัวตน (Tangibility) ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพัก เฟอร์นิเจอร์ ความสะอาด และความเงียบสงบ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการส่งมอบบริการที่ตรงตามคำมั่นสัญญาอย่างรวดเร็วและแม่นยำ การตอบสนอง (Responsiveness) การให้บริการที่รวดเร็วและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เช่น การลดระยะเวลาการรอคอย และการแก้ไขปัญหาอย่างทันที ความมั่นใจ (Assurance) การให้บริการโดยพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และมีทัศนคติที่ดี ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การใส่ใจลูกค้าและการให้บริการที่ปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งจากการวิเคราะห์แล้ว พบว่า คุณภาพการบริการยังไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ทั้งหมด การให้บริการที่ปรับให้เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะบุคคลยังต้องการการพัฒนาเพิ่มเติม ทั้งนี้ ทั้ง 2 ท่าน ยังมีข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพบริการในจีน ควรเน้นการฝึกอบรมพนักงานการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการให้บริการ และการปรับปรุงระบบบริหารจัดการคุณภาพ

ชลลดา มงคลวนิช (2560) ได้ศึกษา เรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของฝ่ายต้อนรับ ส่วนหน้าในโรงแรม 5 ดาว โดยมีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในโรงแรมระดับ 5 ดาว คือ 1) มุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้า (ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ) ต่อคุณภาพการบริการของฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรมระดับ 5 ดาว และ 2) การใช้เครื่องมือ SERVQUAL ในการวัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness)

การสร้าง ความมั่นใจ (Assurance) และความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ซึ่งมีผลการศึกษาได้ คือ 1) พบว่า ความคาดหวังของลูกค้าสูงในทุกมิติ แต่การรับรู้จริงต่ำกว่า โดยเฉพาะ ด้านความเป็นรูปธรรมและการตอบสนอง และ 2) ลูกค้าไม่พอใจในความชำนาญและการแก้ปัญหา เฉพาะหน้าของพนักงาน รวมถึงความล่าช้าและการขาดความเอาใจใส่ อีกทั้งผลการศึกษายังได้มี ข้อเสนอแนะ คือ จำเป็นต้องพัฒนาทักษะการให้บริการและความพร้อมของพนักงาน และเพิ่มการฝึกอบรมด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงาน กับลูกค้า จากการศึกษาดังกล่าว สะท้อนถึงความสำคัญของการฝึกอบรมพนักงานในด้านที่ลูกค้า คาดหวังสูง แต่ยังขาดประสิทธิภาพ เช่น การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การสื่อสาร และความพร้อม ในการตอบสนอง อีกทั้ง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมควรมุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างทักษะ เฉพาะที่ลูกค้ามีความต้องการ เช่น การเพิ่มความเร็วในการให้บริการ และการพัฒนามารยาท และท่าทีที่เหมาะสม ดังนั้น การศึกษานี้ ผู้วิจัย พบว่า ความเกี่ยวข้องโดยตรงกับหัวข้อการพัฒนา โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าของโรงแรม โดยใช้ให้เห็นถึง ความจำเป็นในการพัฒนาทักษะของพนักงานในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ตอบสนองต่อความคาดหวัง ของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น โปรแกรมฝึกอบรมควรออกแบบให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เป้าหมาย และเน้นการพัฒนาทักษะที่สำคัญต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีในโรงแรมระดับ 5 ดาว

วีระ วีระโสภณ (2564) ได้ทำการศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการและคุณภาพ การบริการของโรงแรมแนวบูติกในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูล จากเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาการพัฒนา คุณภาพการบริการของโรงแรมแนวบูติกในกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาถึงแนวทางการ พัฒนาการจัดการของโรงแรมแนวบูติกในกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัย ที่ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนในการวิจัย ขั้นตอนที่ 1 การศึกษา เอกสารข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ประกอบของแนวทางการพัฒนา การจัดการและคุณภาพการบริการของโรงแรมแนวบูติกในกรุงเทพมหานคร ขั้นตอนที่ 3 สังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการจัดการและคุณภาพการบริการของโรงแรมบูติก ผลการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานบริการของโรงแรมตั้งแต่ผู้บริหาร ผู้จัดการ รวมถึงพนักงาน จะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน และมีการประชุมร่วมกันสั่งการอย่างสม่ำเสมอ โดยนำข้อคิดเห็นจากผู้เข้าพามาเป็นส่วนหนึ่งในการปรับปรุง หรือพัฒนาโรงแรมให้มี ประสิทธิภาพมากที่สุด จะต้องมีการรักษามาตรฐานของคุณภาพการบริการ คือ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความไว้วางใจ และน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ กับทางโรงแรม ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านการเข้าใจ ความต้องการของผู้มาใช้บริการ

นอกจากนี้แล้ว ผู้บริหารจะต้องมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างองค์กรให้ดี และมีประสิทธิภาพ

กรณีการ ผลเจริญ (2563) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในที่พักราคาประหยัด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร งานวิจัยมุ่งเน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักในที่พักราคาประหยัด ภายในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรปที่เข้าพักในลักษณะเดียวกัน เป้าหมายของการวิจัย คือ เปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพบริการระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียและยุโรป ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ที่มีต่อที่พักราคาประหยัด วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักในที่พักลักษณะนี้ แนวทางการศึกษาใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบ Quota sampling เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยว 400 คน ที่เข้าพักในที่พักราคาประหยัดใช้ แบบทดสอบเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ Multiple regression analysis ผลลัพธ์หลักของการวิจัยการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวโดยรวม อยู่ในระดับสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24 จาก 5.00) ด้านที่ได้รับคะแนนสูงสุด ได้แก่ การตอบสนองของพนักงาน ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า ความมั่นใจที่ลูกค้ารู้สึกต่อการบริการ และความน่าเชื่อถือของที่พักร ส่วนความเป็นรูปธรรมของบริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกและความสวยงามของสถานที่อยู่ในระดับดี ความพึงพอใจต่อที่พักราคาประหยัดอยู่ในระดับสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) นักท่องเที่ยวให้คะแนนสูงในเรื่องความสะดวกในการจองและชำระเงิน การให้บริการของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ส่วนสภาพห้องพักและบริการเสริม ได้รับคะแนนอยู่ในระดับดี ข้อค้นพบที่สำคัญทั้งนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรป มีมุมมองเชิงบวกต่อคุณภาพบริการของที่พักราคาประหยัดการตอบสนองที่รวดเร็ว ความใส่ใจของพนักงาน การสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า และภาพลักษณ์ของที่พักร เป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อระดับความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายในการจอง ความเป็นมิตรของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยภายในที่พัก เป็นลำดับต้น ๆ

อารยา บุญปลูก (2561) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง คุณภาพบริการ คุณภาพห้องพัก ชื่อเสียง และความคุ้มค่าด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อโรงแรมของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร โดยงานวิจัยมุ่งเน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการบริการ คุณภาพห้องพัก ชื่อเสียง และความคุ้มค่าด้านราคา กับระดับความพึงพอใจและความภักดีของผู้บริโภค ที่ใช้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ การวิเคราะห์อิทธิพล

ของคุณภาพบริการ คุณภาพห้องพัก ชื่อเสียง และความคุ้มค่าด้านราคา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าพักโรงแรม การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ คุณภาพห้องพัก ชื่อเสียง ความคุ้มค่าด้านราคา และความพึงพอใจ ที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้า โดยแนวทางการวิจัย ใช้แบบทดสอบแบบมีโครงสร้างที่ผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความน่าเชื่อถือของแบบทดสอบวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก ซึ่งได้ค่า 0.715 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค 400 คน ที่เคยเข้าพักในโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้แก่ ความคุ้มค่าด้านราคา คุณภาพบริการ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีต่อโรงแรม ได้แก่ความคุ้มค่าด้านราคา ความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพการบริการ ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ได้แก่ คุณภาพของห้องพัก ชื่อเสียงของโรงแรม ข้อค้นพบที่สำคัญคือ ลูกค้าให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและคุณภาพบริการ มากกว่าปัจจัยด้านห้องพักและชื่อเสียงของโรงแรม ความพึงพอใจจากประสบการณ์การใช้บริการ เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมควรมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพบริการและเสนอราคาที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมความพึงพอใจและความภักดีของผู้บริโภค

โสภิสฐา เต็มรัตน์ (2561) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร วิธีการวิจัยการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบทดสอบสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่เคยใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับหัวหน้า/ รองหัวหน้าของฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายห้องพักของโรงแรม จำนวน 5 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ ผลการวิจัย ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ 5 องค์ประกอบหลักที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความสะอาด ความสวยงามของโรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถของโรงแรมในการให้บริการที่มีมาตรฐานและเป็นไปตามที่สัญญาไว้ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ความรวดเร็วและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า (Assurance) ความเป็นมืออาชีพและความสุภาพของพนักงาน การเข้าใจลูกค้า (Empathy) การให้บริการที่เป็นมิตรและเอาใจใส่ลูกค้า การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์จริง พบว่า ทั้งผู้ใช้บริการชาวไทยและชาวต่างชาติ แสดง

ความพึงพอใจสูงต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม ปัจจัยทั้ง 5 องค์ประกอบ มีผลสำคัญที่ส่งเสริมให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีก ผลสัมฤทธิ์จากผู้บริหารโรงแรมยืนยันว่า คุณภาพการบริการในทั้ง 5 ด้าน มีผลโดยตรงต่อการสร้างความภักดีของลูกค้า และทำให้โรงแรมสามารถรักษฐานลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สรุปผลการศึกษางานวิจัยนี้ ยืนยันว่า คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ โดยเฉพาะในโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่ต้องรักษามาตรฐานสูงสุดในทุกด้าน โรงแรมที่สามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพิ่มโอกาสในการรักษาลูกค้าในระยะยาว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา

สุชีรา มะหิเมือง (2563) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างความเป็นมืออาชีพของครูมือใหม่: ระยะพัฒนา โดยงานวิจัยนี้ มีเป้าหมายในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างความเป็นครูมืออาชีพ สำหรับนักศึกษาครุศาสตร์ที่เตรียมตัวเข้าสู่วิชาชีพครู โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research & development) เพื่อออกแบบโปรแกรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของครูมือใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการดำเนินงานวิจัยงานวิจัยนี้ ดำเนินการเป็นระยะพัฒนา โดยใช้ข้อมูลจากผลการประเมินความต้องการของนักศึกษาครูที่ผ่านการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เป็นระยะเวลา 1 ปี มาเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงสร้างของโปรแกรม ผ่านการอภิปรายกลุ่มเฉพาะ (Focus group discussion) กับผู้เชี่ยวชาญ 7 คน ข้อมูลจากการอภิปรายถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) และผ่านการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ผ่านแบบประเมินมาตราส่วน 5 ระดับ ซึ่งได้รับการตรวจสอบด้านความตรงของเนื้อหาและวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา การเลือกกลุ่มตัวอย่างการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาโปรแกรมใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) องค์ประกอบสำคัญของโปรแกรม โปรแกรมประกอบด้วยกิจกรรมที่หลากหลายและเป็นระบบ ได้แก่ การบรรยาย การอภิปราย การศึกษากรณีตัวอย่าง การฝึกปฏิบัติ และการแสดงบทบาทสมมติ เพื่อพัฒนาทักษะและความเข้าใจของครูมือใหม่ ครอบคลุมเนื้อหาหลัก 6 ด้าน ได้แก่

1) แนวทางการจัดการเรียนการสอนตามศาสตร์การสอน 2) การออกแบบการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง 3) เทคนิคการบริหารจัดการชั้นเรียน 4) การสร้างและพัฒนานวัตกรรม การเรียนรู้ 5) กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตามแนวคิดเชิงพัฒนา (Growth mindset) และ 6) จรรยาบรรณและจริยธรรมของครู ระยะเวลาในการดำเนินโปรแกรม ภาคทฤษฎีใช้เวลาเรียนรู้ประมาณ 14 ชั่วโมง ภาคปฏิบัติดำเนินการในช่วง 4 สัปดาห์ ระหว่างการฝึกสอนในสถานศึกษา การประเมินคุณภาพของโปรแกรม ผลการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า

โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นได้รับคะแนนระดับดีมาก ทั้งในภาพรวมและในรายประเด็น โดยได้รับการยอมรับว่า เป็นแนวทางที่สามารถช่วยส่งเสริมศักยภาพของครูมือใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อนุรักษ์ โชติติติก, พรพรรณ วรเศรษฐการ และสมชาย เครือวัลย์ (2560) ได้ดำเนินการวิจัยและพัฒนาโปรแกรมประเมินผลการศึกษาสำหรับกองทัพอากาศ หรือที่เรียกว่า RTAF-EEP (RTAF-Educational evaluation program) ซึ่งออกแบบมาเพื่อสนับสนุนการประเมินผลการศึกษาของหน่วยงานภายในกองทัพอากาศโดยเฉพาะ จุดมุ่งหมายของการพัฒนา คือ การสร้างระบบที่สามารถให้แก่นักเรียนอย่างเป็นระบบ มีความแม่นยำสูง และลดภาระของครู หรืออาจารย์ ในการคำนวณสถิติที่เกี่ยวข้องกับการให้คะแนน งานวิจัยนี้ เป็นการต่อยอดจากโปรแกรมต้นแบบที่พัฒนาระหว่างปี พ.ศ. 2552-2554 โดยอาศัยข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานจริง เพื่อนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถของระบบ โปรแกรม RTAF-EEP สามารถประมวลผลทางสถิติที่จำเป็นต่อการประเมินผลได้หลากหลาย เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าสูงสุด-ต่ำสุด (Max & min) ค่าความเบ้ (Skewness) แผนภาพลำต้นและใบ (Stem-and-leaf) รวมถึงการกระจายความถี่ของคะแนนตั้งแต่ 0-100 นอกจากนี้ โปรแกรมยังรองรับการให้เกรดได้หลายวิธี อาทิ การใช้ดุลยพินิจของผู้สอน วิธี Linear T-score, วิธี Normalized T-score และวิธีมัธยฐาน (Median) โดยเครื่องมือหลักที่ใช้ในการพัฒนาได้แก่ MS Access สำหรับการจัดการฐานข้อมูล และ MS Excel สำหรับการตรวจสอบผลการคำนวณ กระบวนการวิจัย ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ระบบเดิม เพื่อระบุจุดอ่อนและจุดแข็ง การออกแบบและพัฒนาโปรแกรมใหม่ จากผลการวิเคราะห์การปรับปรุงและเพิ่มฟังก์ชันโปรแกรมให้รองรับการใช้งานจริง การทดสอบและประเมินผลผ่านสถานการณ์จริงในหน่วยงาน ผลการวิจัย พบว่า โปรแกรม RTAF-EEP ช่วยให้การประเมินผลทางการศึกษามีความเป็นมาตรฐาน สะดวก รวดเร็ว และแม่นยำมากยิ่งขึ้น สามารถลดภาระของผู้ประเมิน และเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจให้เกรดได้อย่างเป็นระบบ อีกทั้ง ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสถาบันการศึกษาอื่น ๆ นอกเหนือจากกองทัพอากาศได้อย่างเหมาะสม

ภัลลภา โสคติสวัสดิ์ (2564) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการดูแลและฟื้นฟูผู้ป่วยที่บ้าน โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ 2) เพื่อส่งเสริมการดูแลและฟื้นฟูผู้ป่วยที่บ้านโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน และ 3) ประเมินประสิทธิผลของรูปแบบการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น รูปแบบการวิจัยใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) การดำเนินการ 2 ระยะ คือ พัฒนารูปแบบการเรียนรู้ และประเมินประสิทธิผลของรูปแบบการเรียนรู้ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) 94 คน ผู้ป่วยอัมพฤกษ์ อัมพาต ติดบ้าน ติดเตียง และผู้สูงอายุ

253 คน ส่วนขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน (Research: R1) ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ออกแบบและพัฒนารูปแบบ (Development: D1) พัฒนาแบบจำลองการเรียนรู้ ตรวจสอบความสมเหตุสมผลทางทฤษฎีและความเป็นไปได้โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 7 คน ระยะที่ 2 การประเมินประสิทธิผล ทดลองใช้รูปแบบการเรียนรู้ (Research: R2) ใช้วิธีวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental design) ทดสอบความรู้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านก่อนและหลังการพัฒนา ประเมินทักษะการดูแลตนเองและคุณภาพชีวิตของผู้ป่วย ประเมินผลและพัฒนาเพิ่มเติม (Development: D2) ใช้แบบทดสอบและสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบ Paired t-test เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ด้านผลการวิจัย สภาพปัญหาด้านสุขภาพ อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.82, SD = 0.49) กระบวนการเรียนรู้ ที่พัฒนาแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน วิเคราะห์สภาพปัญหา พัฒนาทักษะการดูแล ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ และติดตามประเมินผล และถอดบทเรียน สรุปผลการวิจัยที่ได้ มีความสมเหตุสมผลและเป็นไปได้ในระดับมาก (Mean = 4.30, SD = 0.62) หลังการพัฒนาอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านมีคะแนนเฉลี่ย ความรู้ ทักษะการดูแล และฟื้นฟูผู้ป่วยที่บ้านเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ผู้ป่วยอัมพฤกษ์ อัมพาต และผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตดีขึ้นในระดับดี (46.7% ของกลุ่มตัวอย่าง) งานวิจัยนี้ พัฒนารูปแบบ การเรียนรู้ที่ช่วยส่งเสริมความรู้และทักษะของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในการดูแล ผู้ป่วยติดบ้านติดเตียงและผู้สูงอายุ โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ผลการศึกษา พบว่า กระบวนการเรียนรู้นี้ ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้ป่วย และสามารถนำไปใช้ในพื้นที่อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วรรณกร พรประเสริฐ (2564) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การวิจัยและพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์การรู้เท่าทันดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาครูในสถาบันอุดมศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์ การวิจัย คือ เพื่อพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์การรู้เท่าทันดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาครู ในสถาบันอุดมศึกษา และเพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดเชิงสถานการณ์การรู้เท่าทันดิจิทัล ในด้านความตรงเชิงเนื้อหา ค่าอำนาจจำแนก ความตรงเชิงโครงสร้าง และความเที่ยง เพื่อพัฒนา เกณฑ์ปกติของแบบวัด โดยมีกระบวนการวิจัยด้วยการใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตนักศึกษาครู 2,100 คน ที่สุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัย คือ แบบวัดเชิงสถานการณ์การรู้เท่าทันดิจิทัล และ กระบวนการพัฒนาแบบวัด ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ออกแบบตัวชี้วัดและพฤติกรรม ชีววัด ตรวจสอบความเหมาะสมของตัวชี้วัดโดยผู้เชี่ยวชาญ ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง สุดท้าย คือ การวิเคราะห์คุณภาพแบบวัดในด้านความตรง ความเที่ยง และเกณฑ์ปกติ ซึ่งผลการวิจัย โครงสร้างของแบบวัด ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด และ 9 พฤติกรรมชี้วัด แบบวัดมี 18 ข้อ แต่ละข้อ

มีตัวเลือกเชิงพฤติกรรม 4 ตัวเลือก (ให้คะแนน 1-4 คะแนน) ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบวัด ความตรงเชิงเนื้อหา ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญในระดับสูง ค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถาม ทุกข้อ มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ความตรงเชิงโครงสร้างมีค่า ความสอดคล้องสูง (Chi-square = 121.489, df = 112, p-value = 0.254, RMSEA = 0.027, CFI = 0.990, SRMR = 0.039) ค่าความเที่ยงของแบบวัด เท่ากับ 0.878 (อยู่ในระดับดี) การพัฒนาเกณฑ์ปกติของแบบวัด แบ่งการรู้เท่าทันดิจิทัลเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับสูง (คะแนน 63 ขึ้นไป) ระดับค่อนข้างสูง (คะแนน 56-62) ระดับพอใช้ (คะแนน 45-55) ระดับ ต้องปรับปรุง (คะแนนต่ำกว่า 44) สรุปงานวิจัยนี้ พัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อประเมิน การรู้เท่าทันดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาครู โดยใช้แนวทาง R & D ผลการตรวจสอบ พบว่า แบบวัดมีคุณภาพดี และสามารถนำไปใช้ประเมินระดับการรู้เท่าทันดิจิทัลได้อย่างแม่นยำ ซึ่งจะช่วยให้สถาบันอุดมศึกษานำไปใช้พัฒนาศักยภาพของนักศึกษาครู ให้พร้อมรับมือกับ โลกดิจิทัลในอนาคต

วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชร, วรรณิศา แซ่ตั้ง และวินัย จันทรพันธ์ (2566) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมการเสริมสร้างทักษะด้านการให้การศึกษาสำหรับครูประจำชั้น ระดับประถมศึกษา เขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อพัฒนาโปรแกรมที่ช่วยเสริมสร้างทักษะด้านการให้การศึกษา สำหรับครูประจำชั้นในระดับ ประถมศึกษา 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของโปรแกรมที่พัฒนาขึ้น และ 3) เพื่อประเมินผล และปรับปรุงโปรแกรมให้เหมาะสมต่อการใช้งานในสถานศึกษา วิจัยดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัย และพัฒนา (Research and development: R & D) มีขั้นตอนดังนี้ ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ การให้คำปรึกษาในโรงเรียนประถมศึกษา ออกแบบและพัฒนาโปรแกรมโดยใช้แนวคิดจิตวิทยา การให้คำปรึกษา และการแนะแนวทดลองใช้โปรแกรมกับกลุ่มตัวอย่างครูประจำชั้น ระดับประถมศึกษาในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ประเมินผลและปรับปรุงโปรแกรม ผ่านความคิดเห็นของครูผู้ใช้ ผลการวิจัยที่ได้รับดังนี้ โครงสร้างของโปรแกรม ซึ่งโปรแกรม ประกอบด้วย 5 โมดูลหลัก ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาการพัฒนาทักษะ การฟังและการเข้าใจนักเรียน 2) เทคนิคการแนะแนวในห้องเรียน 3) การจัดการปัญหาพฤติกรรม ของนักเรียน 4) การเสริมสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างครูกับนักเรียน ผลการทดลองใช้ และ 5) ครูที่เข้าร่วมอบรมมีทักษะการให้คำปรึกษาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ครูสามารถช่วยนักเรียน จัดการกับปัญหาพฤติกรรมและปัญหาทางอารมณ์ได้ดีขึ้น ครูมีความพึงพอใจต่อโปรแกรม ในระดับสูง (Mean = 4.25, SD = 0.67) ข้อค้นพบสำคัญของการวิจัย คือ ครูต้องการเครื่องมือ เพิ่มเติม เช่น แนวทางปฏิบัติ และตัวอย่างกรณีศึกษาโปรแกรมสามารถนำไปใช้ในโรงเรียนอื่นได้

โดยปรับให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละโรงเรียน สรุปรงานวิจัยนี้ พัฒนาโปรแกรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการให้การปรึกษาสำหรับครูประจำชั้นระดับประถมศึกษา ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ผลการทดลอง พบว่า โปรแกรมช่วยให้ครูมีทักษะการให้คำปรึกษาที่ดีขึ้น และสามารถช่วยเหลือนักเรียนในการจัดการปัญหาพฤติกรรมและอารมณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โปรแกรมนี้ สามารถนำไปใช้ต่อยอดในโรงเรียนอื่น และอาจพัฒนาเป็นรูปแบบออนไลน์ในอนาคต จากข้อมูลข้างต้น งานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนหัวข้อ “การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักรักษาตัวของผู้ป่วยจิตเวชของโรงพยาบาลในกรุงเทพมหานคร” ในหลายประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. ความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและโปรแกรมที่สอดคล้องกับตลาดแรงงาน งานวิจัยของ วิชชาพรรณ กิ่งวัชรพงศ์ และคณะ (2554) เน้นการพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะที่สอดคล้องกับมาตรฐานอาชีพและความต้องการของสถานประกอบการ แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของการออกแบบ โปรแกรมฝึกอบรม ที่เชื่อมโยงกับสมรรถนะที่ตลาดแรงงานต้องการ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการสำหรับผู้ป่วยจิตเวช ที่คาดหวังการบริการที่มีมาตรฐานและเฉพาะเจาะจง

2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการสร้างโปรแกรมฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพของปริยรัตน์ ประยูรศักดิ์ (2559) ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของโปรแกรมฝึกอบรมในการเพิ่มพูนศักยภาพของพนักงาน และสร้างทักษะที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ การจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสม และการสร้างความร่วมมือในองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ

3. การพัฒนาทักษะเฉพาะและปรับโปรแกรมฝึกอบรมให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย การศึกษาของ ชลลดา พิงรำพรรณ และวุฒิพล สกลเกียรติ (2560) และชลลดา มงคลวนิช (2560) เน้นการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่เสริมสร้างทักษะเฉพาะ เช่น การเรียนรู้เป็นทีม และการปรับโปรแกรมฝึกอบรมให้เหมาะสมกับบริบทของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างโปรแกรมที่สอดคล้องกับลักษณะการทำงานและความต้องการของลูกค้าจึงมีบทบาทสำคัญ

4. การวัดคุณภาพบริการและการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าการใช้กรอบแนวคิด SERVQUAL (ความมีตัวตน ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจ) ที่เน้นในงานของ วิภาดา เกษตรเอี่ยม และคณะ (2562) และ Wang and Torres (2024) ชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาคูณภาพบริการที่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า การฝึกอบรมที่เน้นทั้งมิติของ SERVQUAL ช่วยให้นักงนเข้าใจถึงวิธีการตอบสนองลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีและการปรับตัวกับบริบทวัฒนธรรมงานของ นัตรมณี ประทุมทอง และชิษณุพงศ์ ศิริโชตินิศากร (2565) และ Prasanth (2015) กล่าวถึง การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการฝึกอบรม เช่น ระบบจองห้องพักและการตอบกลับออนไลน์ และการเน้นการเข้าใจความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการให้บริการลูกค้า ชาวจีน

6. การสร้างแรงจูงใจและพัฒนาทักษะพนักงานงานของ Qi (2023) และ Mohammad (2017) กล่าวถึงการใช้ระบบการฝึกอบรมที่สร้างแรงจูงใจและพัฒนาทักษะพนักงาน โดยมุ่งเน้น การลดข้อผิดพลาดในการบริการ เพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในโรงแรมในกรุงเทพมหานครได้

สรุปจากข้อมูลอ้างอิง มีงานวิจัยหลายงานที่กล่าวถึงและชี้ให้เห็นว่า การพัฒนา โปรแกรมฝึกอบรมที่เน้นการสร้างสมรรถนะพนักงานการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การใช้เทคโนโลยี และการเข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน เป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับ คุณภาพบริการในโรงแรม หัวข้อวิจัยนี้ จึงสามารถนำหลักการจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับบริบทของโรงแรม ในกรุงเทพมหานครได้อย่างสมบูรณ์

สรุปท้ายบทที่ 2

บทที่ 2 ของการศึกษา เรื่อง “การพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพ การบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีน โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทบทวน ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องหลายด้านตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มจากความหมาย และประเภทของการฝึกอบรม ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการ ฝึกอบรม การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม และขั้นตอนในการพัฒนาโปรแกรม ที่ทบทวนในบทนี้ ประกอบไปด้วยรายละเอียดกระบวนการที่นำเสนอโดยนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ ที่ได้รับการยอมรับและถูกใช้ตั้งแต่ในยุคต้นตลอดจนที่ใช้ในปัจจุบัน เพื่อให้แน่ใจ ว่า การออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมจะมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของโรงแรม ในการพัฒนาคุณภาพการบริการ ผู้วิจัยได้ทบทวนความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในโรงแรม แนวทางการฝึกอบรมที่เพื่อปรับปรุงคุณภาพ การบริการในโรงแรม นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในโรงแรม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ ช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกที่พักของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคความต้องการและความคาดหวังของ

นักท่องเที่ยวยาวจินที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการในการศึกษานี้ นอกจากนี้ บทนี้ได้นำเสนอข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษา และข้อมูลด้านตำแหน่งหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการทำความเข้าใจบริบทและสภาพแวดล้อมของการศึกษา ในส่วนสุดท้ายของบทที่ 2 ได้มีการรวบรวมและวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์และผลการวิจัยของนักวิจัยที่ศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้อง การทบทวนวรรณกรรมที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญดังที่ได้กล่าวมาช่วยให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจแนวทางการดำเนินการศึกษา และสามารถรวบรวมความรู้ที่เป็นประโยชน์หลายประเด็น ไปช่วยออกแบบระเบียบวิธีวิจัยในเรื่องที่กำลังศึกษา ซึ่งจะถูกกล่าวถึงในบทต่อไปของการศึกษา



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยและพัฒนา เรื่อง “การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ในการออกแบบการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เริ่มต้นด้วยการพิจารณาจากกระบวนทัศน์การวิจัย (Research paradigm) ซึ่งเป็นจุดตั้งต้นที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวทางการดำเนินงานวิจัยในภาพรวม ทั้งในด้านของประเภทการวิจัย ยุทธศาสตร์การวิจัย และระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสม โดยแนวคิดนี้ อ้างอิงจากงานของ จำเียร จวงตระกูล (2550; 2553) และ Creswell (2009) ที่เสนอว่า การออกแบบการวิจัยควรดำเนินอย่างเป็นระบบ ต่อเนื่องจากกระบวนทัศน์สู่ระเบียบวิธีที่เหมาะสม

จากแนวทางดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเลือกใช้การวิจัยในรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสร้างและทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของโรงแรมที่ให้บริการลูกค้าชาวจีนในประเทศไทย โดย Creswell (2014, p. 31) ให้ความหมายของการออกแบบการวิจัยว่า เป็น “ระเบียบวิธีปฏิบัติในการวิจัย (The plan or proposal to conduct research)” ซึ่งครอบคลุมถึงการเลือกวิธีการ และแนวทางในการดำเนินการวิจัยให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และลักษณะของปัญหาวิจัย องค์ประกอบสำคัญของการออกแบบการวิจัย แบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนหลัก ดังนี้

1. การกำหนดกระบวนทัศน์การวิจัย (Research paradigm) เพื่อใช้เป็นแนวทางนำการวิจัยทั้งระบบ

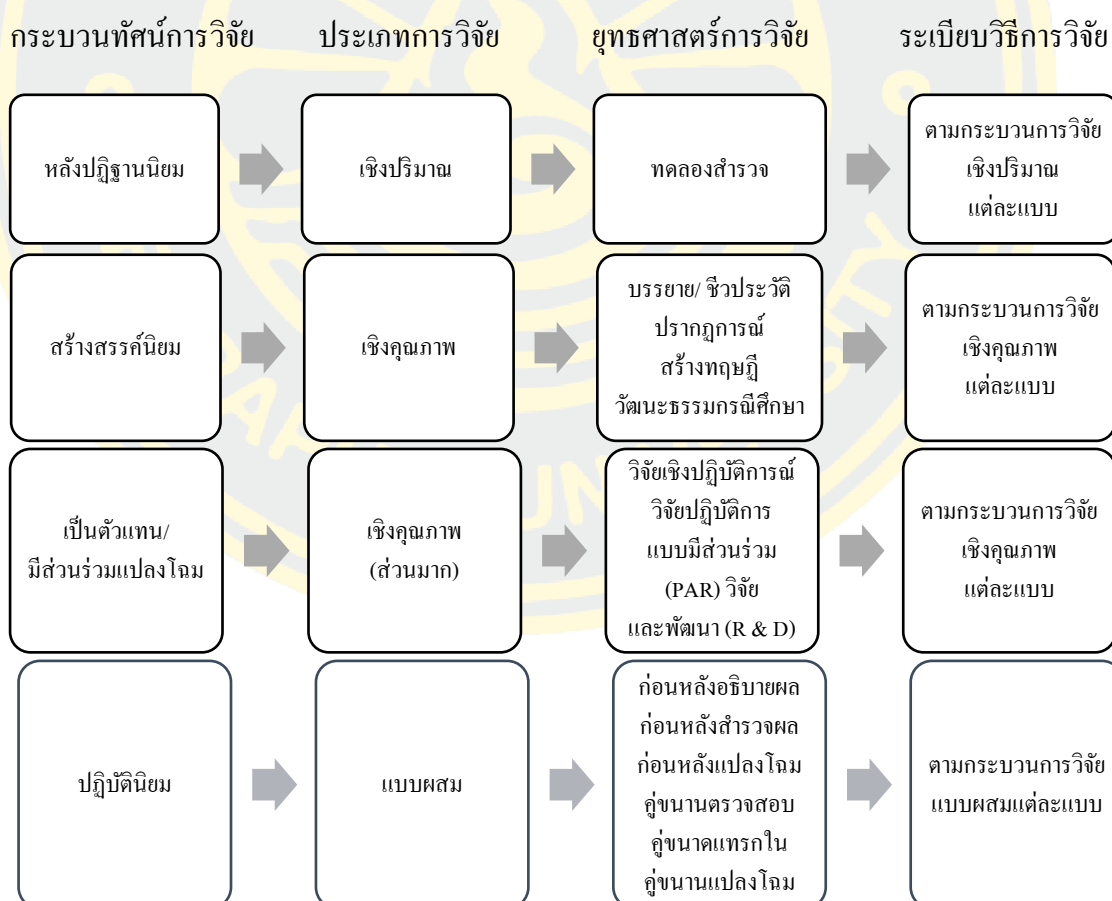
2. การกำหนดประเภทของการวิจัย (Type of research) ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการที่เลือก

3. การกำหนดยุทธศาสตร์การวิจัย (Research strategy) ให้เหมาะสมกับประเภทของการวิจัย

4. การกำหนดระเบียบวิธีวิจัย (Research methodology) ที่รวมถึงเทคนิค วิธีการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการประเมินผล

โครงสร้างแนวคิดของการออกแบบการวิจัยในลักษณะนี้ ได้รับการเสนอไว้อย่างชัดเจนในงานของ จำเียร จวงตระกูล (2563) ซึ่งเน้นย้ำถึงความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบระหว่างกระบวนการที่เลือก ประเภทการวิจัย ยุทธศาสตร์การวิจัย และระเบียบวิธีการวิจัย เพื่อให้การวิจัยมีความเป็นเหตุเป็นผล และสามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่มีความน่าเชื่อถือในทางวิชาการ

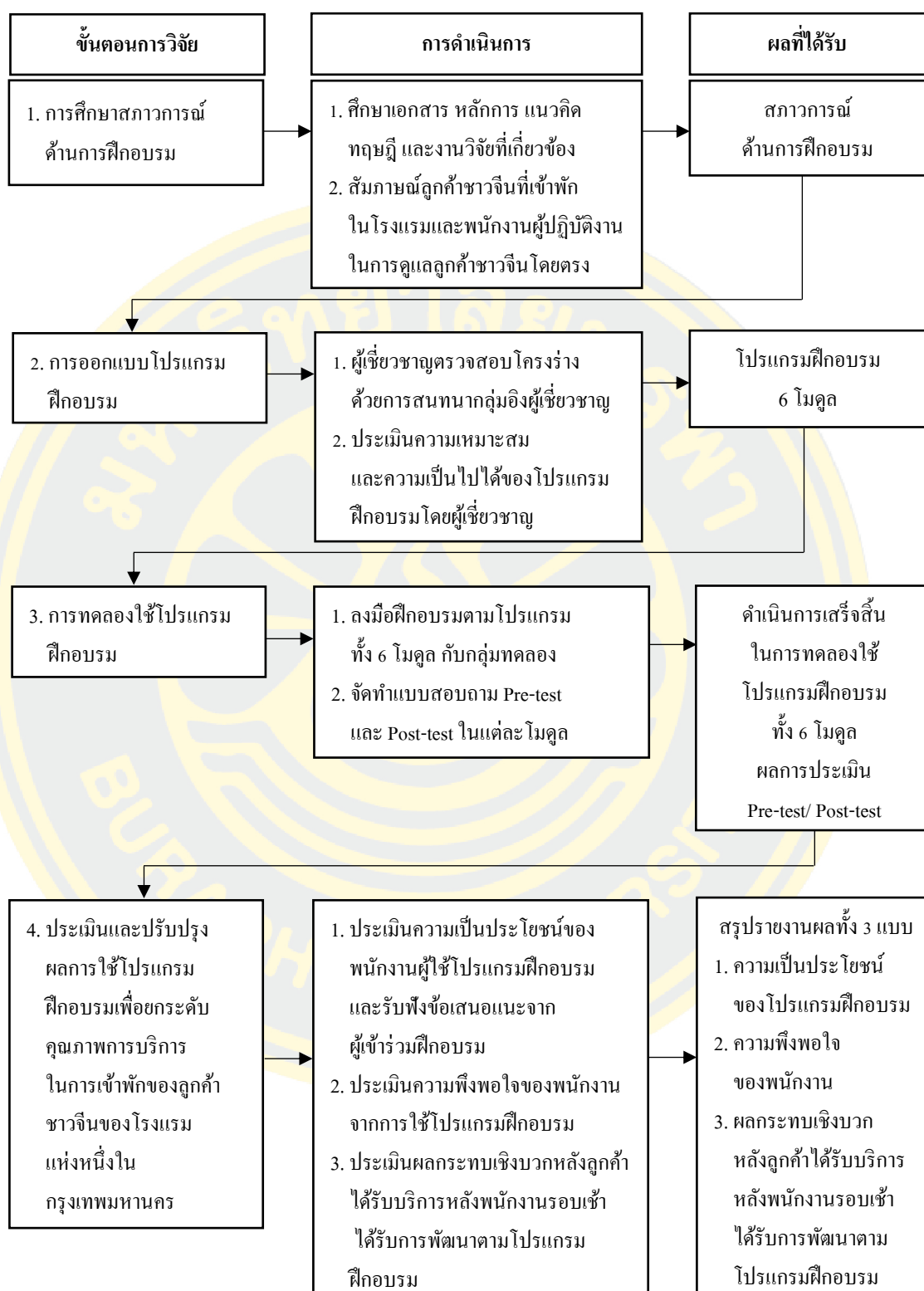
ขั้นตอนการออกแบบการวิจัยโดยทั่วไป



ภาพที่ 5 สรุปขั้นตอนการออกแบบการวิจัยโดยทั่วไป

ที่มา จำเียร จวงตระกูล (2563)

จากภาพที่ 4 จะเห็นได้ว่า กระบวนทัศน์ หรือข้อสรุปทางปรัชญา ที่จะใช้นำทางการวิจัย เป็นจุดเริ่มต้นของการทำวิจัย (Creswell, 2009) ด้วยกระบวนทัศน์เป็นความเชื่อขั้นพื้นฐานที่นักวิจัยจะนำมาเป็นตัวตั้งในการเริ่มต้นการทำวิจัย (Creswell, 2013; Guba, 1990) กล่าวโดยสรุปคือ กระบวนทัศน์ในการวิจัย เป็นตัวกำหนดประเภทหรือรูปแบบการวิจัย ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์การวิจัยที่เหมาะสมเป็นลำดับต่อไป (จำเนียร จวงตระกูล, 2560) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้กระบวนทัศน์การวิจัยแบบการมีส่วนร่วม (Participatory paradigm) เป็นแนวทางหลักในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานวิจัย โดยมีจุดเน้นที่ความร่วมมือระหว่างนักวิจัยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอน ตั้งแต่การศึกษาสภาพปัญหา การออกแบบการทดลองใช้ ไปจนถึงการประเมินผลและการปรับปรุง โปรแกรม ทั้งนี้ เพื่อให้แนวทางที่พัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะงานที่ปฏิบัติจริง สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในทางปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับ จำเนียร จวงตระกูล และสร้อยา เลิศพุทธรักษ์ (2564) ได้อธิบายว่า กระบวนทัศน์แบบการมีส่วนร่วม เป็นแนวทางการวิจัยที่เน้นการบูรณาการความรู้จากหลายฝ่าย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และการสร้างองค์ความรู้บนฐานของประสบการณ์จริงของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเชื่อว่า ความรู้ ความสามารถเกิดขึ้นได้จากการมีส่วนร่วม และควรนำไปใช้เพื่อพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสังคมในทางที่ดีขึ้น ซึ่งในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้เลือกยุทธศาสตร์การวิจัยเป็นแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development) ซึ่งสามารถใช้ประเภทวิจัยแบบเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณได้ควบคู่กันทั้ง 2 แบบ (Cates, 1985; James & Witte, 2012) โดยขั้นตอนวิจัยแบ่งได้เป็น 4 ระยะ ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ขั้นตอนวิจัย แบ่งได้เป็น 4 ระยะ

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางภาพที่ 5 แสดงกระบวนการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่แบ่งเป็น 4 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม

การศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม และการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง ในระยะนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่จำเป็นต่อการออกแบบและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ให้สอดคล้องกับบริบทการให้บริการลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2567) โดยดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การจัดการลูกค้าชาวจีนในภาคบริการ และการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อนำมาสังเคราะห์ เป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้นในการพัฒนาโปรแกรม และใช้เป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบกับข้อมูลภาคสนาม
2. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured in-depth interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรม หัวหน้าแผนก พนักงานที่ปฏิบัติงานจริง และลูกค้าชาวจีน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดเบื้องต้นในขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาประสบการณ์ มุมมอง ปัญหาเชิงลึก และความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าชาวจีนในบริบทจริง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จึงเป็นฐานสำคัญในการวิเคราะห์ประเด็นปัญหา (Pain point) และความต้องการฝึกอบรม (Training needs) ที่แท้จริงของพนักงานในแต่ละแผนก

ข้อมูลทั้งหมดจาก 2 ขั้นตอนนี้ จึงถูกนำไปสังเคราะห์ร่วมกัน เพื่อจัดทำผลสรุปข้อค้นพบของการศึกษาสภาพการณ์ ที่จะใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการออกแบบโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรมในระยะต่อไป

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

การดำเนินงานในระยะนี้ มุ่งเน้นการออกแบบและพัฒนาโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ ในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. การจัดทำโครงร่างของโปรแกรมฝึกอบรม ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจาก ระยะที่ 1 มาสังเคราะห์ร่วมกับกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อออกแบบโครงสร้างของโปรแกรมฝึกอบรมให้ครอบคลุมในทุกมิติของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการจริง

ของลูกค้าชาวจีน และความจำเป็นของพนักงานในแต่ละแผนก โดยจัดทำเป็น 6 โมดูลหลัก ที่สะท้อนประเด็นปัญหา (Pain point) และความต้องการฝึกอบรม (Training needs) ที่ค้นพบ ได้แก่

- 1) หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการ
- 2) การสื่อสารภาษาจีน
- 3) การใช้เทคโนโลยีในการบริการ
- 4) ทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศ
- 5) การจัดการข้อร้องเรียน และ
- 6) กลยุทธ์การให้บริการเชิงรุก

2. การตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อให้โปรแกรมฝึกอบรมที่ออกแบบขึ้นมีคุณภาพ เหมาะสมกับบริบท และสามารถนำไปใช้ได้จริง ผู้วิจัยได้นำเสนอร่าง โปรแกรมแก่ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาการบริหาร โรงแรม การฝึกอบรม และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ รวมจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา โครงสร้าง กระบวนการ และแนวทางการนำไปใช้จริง โดยผ่านการประเมินใน 2 ขั้นตอน ได้แก่

2.1 การสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) กับผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และผู้เชี่ยวชาญด้านโรงแรม จำนวน 5 คน

2.2 การประเมินระดับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม กับผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรม จำนวน 8 คน

ผลที่ได้จากระยะนี้ คือ โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ ทั้ง 6 โมดูล ที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุง จนมีความครบถ้วน ชัดเจน และพร้อมนำไปทดลองใช้จริง ในระยะถัดไป

ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม

ในระยะนี้ ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมฝึกอบรมที่ได้รับการออกแบบและผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปดำเนินการทดลองใช้จริงกับกลุ่มพนักงาน โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เพื่อประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมในการยกระดับคุณภาพการให้บริการ แก่ลูกค้าชาวจีน การแบ่งกลุ่มทดลองใช้เกณฑ์การจํัดรอบการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงแรมเป็นหลัก โดยกำหนดให้พนักงานที่ปฏิบัติงานในรอบเช้าเป็นกลุ่มทดลอง ซึ่งครอบคลุม 4 แผนก ที่มีบทบาทสำคัญในการให้บริการลูกค้าชาวจีน ได้แก่ 1) แผนกต้อนรับ 2) แผนกอาหาร และเครื่องดื่ม 3) แผนกแม่บ้าน และ 4) แผนกขาย โดยกลุ่มทดลองมีจำนวนทั้งสิ้น 30 คน คัดเลือกโดยใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตามช่วงเวลาการปฏิบัติงาน (Time-based sampling)

กระบวนการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม ประกอบด้วย การดำเนินการตามโมดูลที่กำหนดไว้ในโปรแกรม ซึ่งแต่ละโมดูลจะเริ่มต้นด้วยการประเมินก่อนการฝึกอบรม (Pre-test) และเมื่อสิ้นสุดการฝึกอบรมในแต่ละโมดูล ผู้วิจัยจะดำเนินการประเมินหลังการฝึกอบรม (Post-test) เพื่อเปรียบเทียบความเปลี่ยนแปลงของระดับความมั่นใจในการให้บริการของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถวัดผลลัพธ์ของการฝึกอบรมได้อย่างเป็นระบบและมีความน่าเชื่อถือ

ระยะที่ 4 การประเมินและปรับปรุงผลโปรแกรมฝึกอบรม

ระยะสุดท้ายของกระบวนการวิจัย มุ่งเน้นการประเมินประสิทธิผลของโปรแกรมฝึกอบรมที่ได้รับการพัฒนาและทดลองใช้ในระลอกก่อนหน้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบว่าโปรแกรมฝึกอบรมสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานต่อกลุ่มลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทั้งในด้านความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจของพนักงาน และผลสะท้อนจากประสบการณ์ของผู้รับบริการจริง ผู้วิจัยดำเนินการประเมินผลโดยใช้แบบทดสอบ จำนวน 3 ฉบับ เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย

1. แบบทดสอบความพึงพอใจและข้อเสนอแนะจากพนักงานที่เข้ารับการฝึกอบรมในทั้ง 6 โมดูล
2. แบบทดสอบความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม
3. แบบทดสอบผลกระทบเชิงบวก หลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเข้าได้รับการพัฒนาตาม โปรแกรมฝึกอบรม

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างสำหรับแบบทดสอบข้อที่ 3 ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ลูกค้าชาวจีน จำนวน 150 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2568) ซึ่งเคยใช้บริการจากพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรม โปรแกรมทั้ง 6 โมดูล เพื่อให้ผลการประเมินสะท้อนความพึงพอใจของผู้รับบริการจริงได้อย่างถูกต้องและตรงประเด็น

ผลการประเมินในระยะนี้ ได้รับการวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรมให้มีความสมบูรณ์ และสอดคล้องกับบริบทของการให้บริการจริงมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งจัดทำรายงานสรุปผลการวิจัยในภาพรวม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมบริการอย่างเป็นระบบ

การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครทั้ง 4 ขั้นตอนในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนต่าง ๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์การฝึกอบรม

การศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม และการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง ในระยะนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่จำเป็นต่อการออกแบบและพัฒนา

โปรแกรมฝึกอบรมให้สอดคล้องกับบริบทการให้บริการลูกค้าชาวเงินของโรงแรมแห่งหนึ่ง
ในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2567)
โดยดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิด
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การจัดการ
ลูกค้าชาวเงินในภาคบริการ และการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อนำมาสังเคราะห์
เป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้นในการพัฒนาโปรแกรม และใช้เป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบกับข้อมูล
ภาคสนาม

2. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured
in-depth interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก ได้แก่
ผู้บริหารโรงแรม หัวหน้าแผนก พนักงานที่ปฏิบัติงานจริง และลูกค้าชาวเงิน โดยใช้แบบสัมภาษณ์
เชิงลึกที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดเบื้องต้นในขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาประสบการณ์ มุมมอง ปัญหาเชิงลึก
และความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าชาวเงินในบริบทจริง ข้อมูลที่ได้จาก
การสัมภาษณ์ จึงเป็นฐานสำคัญในการวิเคราะห์ประเด็นปัญหา (Pain point) และความต้องการ
ฝึกอบรม (Training needs) ที่แท้จริงของพนักงานในแต่ละแผนก

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ
ในการเข้าพักของลูกค้าชาวเงินของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นขั้นตอนย่อย
ออกเป็น 4 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

ขั้นตอนย่อยที่ 1 การศึกษาเอกสารแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและตำราต่าง ๆ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
ในครั้งนี้ ดังนี้

1. การฝึกอบรม

1.1 แนวคิดด้านการฝึกอบรม

1.2 ประเภทของการฝึกอบรม

2. โปรแกรมฝึกอบรม

2.1 กระบวนการฝึกอบรม

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3.1 บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อกลยุทธ์ในธุรกิจโรงแรม

3.2 ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ต่อธุรกิจโรงแรม

4. คุณภาพการบริการ

4.1 องค์ประกอบการสร้างคุณภาพการบริการ

4.2 ความสำเร็จของคุณภาพการบริการต่องานบริการด้านโรงแรม

5. โรงแรม 4 ดาว โรงแรมในกรุงเทพมหานครเขตห้วยขวาง และความสำคัญของคุณภาพการบริการต่องานบริการด้านโรงแรม

6. พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในโรงแรมของประเทศไทย

7. การวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา

7.1 เทคนิคการวิจัยและพัฒนา

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยนำผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาในเรื่องแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนในบทที่ 2 ที่ผ่านมา สรุปเพื่อออกแบบสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการ ณ โรงแรมแห่งนี้

ขั้นตอนย่อยที่ 2 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด แบ่งเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลด้านความต้องการของกลุ่มผู้เข้าพักลูกค้าชาวจีน โดยการเก็บข้อมูลจากลูกค้าชาวจีนผู้เข้าพักจริงในโรงแรมแห่งนี้ โดยใช้วิธีเลือกแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) เนื่องจากผู้วิจัยต้องการข้อมูลจากลูกค้าชาวจีนที่เข้ามาพักอาศัยจริงในโรงแรมแห่งนี้ ในการได้ข้อมูลที่ถูกต้องและตรงตามความต้องการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น การเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) จึงเป็นการเลือกการเก็บข้อมูลที่เหมาะสมที่สุดกับลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรมแห่งนี้ โดยเลือกผู้ให้ข้อมูล จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 2 พนักงานผู้ปฏิบัติงานที่ต้องให้บริการกับลูกค้าชาวจีนโดยตรง ทั้งนี้ การเลือกจำนวนพนักงานผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเป็นพนักงานผู้ปฏิบัติงานที่ให้บริการโดยตรงกับลูกค้าชาวจีน ได้แก่ พนักงานแผนกต้อนรับ 2 คน พนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม 3 คน แผนกแม่บ้าน 2 คน และพนักงานแผนกขาย 2 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 9 คน

กลุ่มที่ 3 พนักงานระดับหัวหน้างาน หรือผู้จัดการแผนก ๆ ละ 1 คน ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนด

เป็นหัวหน้าแผนกที่ต้องปฏิบัติงานที่ต้องสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าชาวจีน ได้แก่ ผู้จัดการแผนกต้อนรับ 1 คน ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม 1 คน และผู้จัดการแผนกขาย 1 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 3 คน

การเก็บข้อมูล

จากการค้นคว้าด้านข้อมูลด้านทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกของผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure-indepth interview) โดยผู้วิจัยจะกำหนดคำถามที่จะเป็นแนวทางการถาม เพื่อให้ได้เข้าใจได้ว่าจะถามคำถามไปในทิศทางใดกับผู้ให้ข้อมูล โดยไม่ได้ร่างคำถามที่ชัดเจนในแต่ละประเด็นคำถาม จะมีแนวทางของคำถามที่เป็นคำถามปลายเปิด ให้ผู้ให้ข้อมูลได้อธิบายในมุมต่าง ๆ ของข้อมูล ทั้งนี้ ผู้วิจัยขออนุญาตบันทึกการสนทนาสัมภาษณ์ เพื่อทำการถอดบทสัมภาษณ์ภายหลัง ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์ มีส่วนประกอบหลักอยู่ 4 อย่างด้วยกัน คือ แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัย การสัมภาษณ์ และการบันทึกเสียงสัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ การสัมภาษณ์ โดยการออกแบบสัมภาษณ์ และทำการสัมภาษณ์โดยผู้วิจัยเอง รวมถึงอุปกรณ์บันทึกเสียง ในระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อให้การสัมภาษณ์เป็นไปด้วยความถูกต้อง ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ตามทฤษฎีของ Patton (1990) ทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับประสบการณ์และพฤติกรรมต่าง ๆ คำถามเกี่ยวกับคุณค่าและความคิดเห็น คำถามเกี่ยวกับความรู้สึกของผู้ให้ข้อมูล คำถามเกี่ยวกับความรู้ของผู้ให้ข้อมูล คำถามทางประสาทสัมผัส คำถามด้านพื้นหลัง และคำถามเชิงประชากรศาสตร์ โดยการออกแบบคำถามเพื่อการสัมภาษณ์ ได้ส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบก่อนจะนำมาใช้สัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูล

ขั้นตอนย่อยที่ 3 กระบวนการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กระบวนการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้วิจัยมีกระบวนการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มต่าง ๆ ทั้ง 3 กลุ่ม ที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากบางกลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลมีข้อจำกัดด้านการสื่อสาร จึงมีความจำเป็นต้องอธิบายแยกในส่วนของกระบวนการขั้นตอนในการเก็บข้อมูล แต่ทั้งนี้ ก่อนเก็บข้อมูลผู้วิจัยเองได้ทำการตรวจสอบเครื่องมือก่อนทำการสัมภาษณ์ ด้วยการตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์ โดยตรวจสอบ

ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน ดังนี้

1. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสอนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระดับบัณฑิตศึกษา 1 คน
2. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสอนการท่องเที่ยวและโรงแรม 1 คน
3. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารงานโรงแรม ตำแหน่งไม่ต่ำกว่าผู้จัดการทั่วไป 3 คน

ผลประเมินจากการตรวจสอบคุณภาพ จัดทำด้วยดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of item objective congruence) ซึ่งพิจารณาค่า IOC ที่มากกว่า 0.5 ขึ้นไปโดยค่าที่ได้ คือ 0.98 ซึ่งถือว่าเหมาะสมมาก โดยมีแบบประเมินความเหมาะสมของคำถามในการสัมภาษณ์โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้อง 3 ระดับ คือ สอดคล้อง ไม่แน่ใจ และไม่สอดคล้อง โดยกำหนดคะแนนแต่ละระดับไว้ ดังนี้

สอดคล้อง	ให้ +1
ไม่แน่ใจ	ให้ 0
ไม่สอดคล้อง	ให้ -1

และนำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ ไปสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยกลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลด้านความต้องการของกลุ่มผู้เข้าพักลูกค้าชาวจีน โดยการเก็บข้อมูลจากลูกค้าชาวจีนผู้เข้าพักจริง ด้วยวิธีการเลือกแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) และเป็นลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักจริงที่โรงแรมแห่งนี้เท่านั้น การเก็บข้อมูลจำนวน 5 คน โดยมีกระบวนการเก็บข้อมูล โดยมีจริยธรรมการวิจัยที่ผ่านการรับรองจากมหาวิทยาลัยบูรพา เลขที่อนุมัติ HU313/ 2567 (E2) A1) (C1) ควบคุมไปด้วย ดังนี้

1. ลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรม ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจำนวน 3 วัน หรือแล้วแต่ความเหมาะสม และความสะดวกของลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรม

2. เมื่อผู้วิจัยได้รับอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของกิจการในการใช้โรงแรมแห่งนี้สำหรับเก็บข้อมูลในโครงการวิจัยครั้งนี้แล้ว ผู้วิจัยเข้าพบกับหัวหน้าแผนกพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม เพื่ออธิบายวัตถุประสงค์และขั้นตอนกระบวนการของโครงการวิจัย เพื่อให้โรงแรมเข้าใจตรงกันกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องดำเนินการ

3. ผู้วิจัยประสานงานกับหัวหน้าแผนกการขายและหัวหน้าแผนกต้อนรับ ในการที่จะต้องเข้าหาผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย คือ ลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรม โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้ 1) ต้องเป็นลูกค้าของโรงแรมเท่านั้น 2) ลูกค้าต้องเป็นลูกค้าที่เข้าพักช่วงระหว่างที่ผู้วิจัยได้จัดทำโครงการวิจัยครั้งนี้ 3) ต้องเป็นลูกค้าของโรงแรมที่มีสัญชาติจีน (Chinese) และ 4) สมารถที่จะ

เข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ โดยการคัดเลือกใช้การคัดเลือกแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากลูกค้าชาวจีน ต้องพึงระวังไม่ให้เกิดทบทวนและการเข้าพักของลูกค้า อันเป็นข้อควรระวังเป็นที่สุด ดังนั้น เกณฑ์การคัดเลือก จึงเลือกแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) จึงเป็นการเลือกการเก็บข้อมูลที่เหมาะสมที่สุดกับลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรมแห่งนี้ โดยเลือกผู้ให้ข้อมูล จำนวน 5 คน หรือจนกว่าข้อมูลที่ได้รับจะอิ่มตัว

4. เมื่อได้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยทำการแปลเอกสารแบบสัมภาษณ์จากภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีน เพื่อความสะดวกและเหมาะสมในการสื่อสาร (มีเอกสารแนบแบบสัมภาษณ์ที่แปลภาษา)

5. ผู้วิจัยได้ทำการประสานงานลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรม ด้วยการอธิบายวัตถุประสงค์ของการขอให้เข้าร่วมโครงการวิจัย ด้วยการนำเอกสาร โดยในเอกสารได้ระบุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การปฏิบัติตัว วิธีการวิจัย ประโยชน์ ความเสี่ยง และสิทธิผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ในการให้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ซึ่งแปลเป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีนเรียบร้อย เพื่อให้ลูกค้าชาวจีนได้อ่านและทำความเข้าใจถึงสิทธิต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้

ก่อนการให้สัมภาษณ์

1. เมื่อผู้วิจัยได้รับการยินยอมตกลงเข้าร่วมโครงการวิจัยเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้อ่านเอกสารที่ระบุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การปฏิบัติตัว วิธีการวิจัย ประโยชน์ ความเสี่ยง และสิทธิผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย รวมถึงความปลอดภัยด้านข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ได้ให้ข้อมูลให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยได้รับทราบ โดยอ่านให้ฟังอย่างละเอียด และให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้อ่านด้วยตนเองอีกครั้ง

2. เมื่อผู้วิจัยมั่นใจว่า ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ รับทราบและเข้าใจในรายละเอียดในวัตถุประสงค์และสิทธิของตัวเองเรียบร้อยแล้ว

3. ผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนการสัมภาษณ์ และการขออนุญาตบันทึกเสียงสัมภาษณ์ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ให้เข้าใจในขั้นตอนการสัมภาษณ์ พร้อมเน้นย้ำ หากผู้เข้าร่วมโครงการรู้สึกไม่สะดวกในการให้ข้อมูล หรือไม่สะดวกในการเข้าร่วมโครงการ สามารถยกเลิกได้ทันที โดยไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ ทั้งสิ้น หากผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยเข้าใจแล้ว ผู้วิจัยได้ให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยลงนามในเอกสารยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย Consent form ด้วยการแปลเป็นภาษาจีนเรียบร้อย เพื่อยืนยันความสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย

4. ผู้วิจัยทำการจัดบันทึกการสัมภาษณ์และอัดเสียงขณะสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ในครั้งนี้จะเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structured interview) โดยระหว่างสัมภาษณ์หากผู้ให้ข้อมูลมีคำถามใดที่ผู้ให้ข้อมูลไม่สามารถให้ข้อมูลได้ หรือไม่สะดวกให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลสามารถบอกผ่าน และผู้แทนผู้วิจัยจะข้ามคำถามเหล่านั้นทันที

ระหว่างการสัมภาษณ์

1. เพื่อเป็นการป้องกันความเชื่อมโยงของผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลใช้สรรพนามแทนตัวของผู้ให้ข้อมูล โดยใช้สรรพนามเป็นผม หรือฉัน แทนชื่อผู้ให้ข้อมูลในระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงการทราบชื่อแหล่งที่มาของผู้ให้ข้อมูลในระหว่างการสัมภาษณ์

2. ในระหว่างการสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกในการให้ข้อมูลบางประเด็น หรือต้องการให้ผู้วิจัยปิดการบันทึกเสียง หรือไม่ยินดีที่จะตอบคำถามที่มีความอ่อนไหว ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิในการแจ้งบอกแก่ผู้วิจัยให้การสัมภาษณ์ ให้ยุติ หรือปิดการบันทึกเสียงได้ตลอดเวลา

3. การสัมภาษณ์ใช้เวลา 30 นาที เพื่อความเหมาะสมของบทสัมภาษณ์ที่สนทนา และเพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนของเนื้อหาของ โครงการวิจัย

4. ระหว่างการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะพยายามสังเกตอาการของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยอย่างสม่ำเสมอ หากสังเกตเห็นอาการผิดปกติ หรือความสนใจในการให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะหยุดการเก็บข้อมูลทันที เพื่อรักษาสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย โดยที่จะอธิบายให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทราบถึงการไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ในระหว่างเข้าพักในโรงแรมแห่งนี้ทั้งสิ้น

5. ด้านข้อมูลที่ได้รับมาจากการให้สัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยได้เก็บไว้เป็นความลับในคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กส่วนตัวของผู้วิจัย ที่มีการเข้ารหัสล็อกหน้าจอ และทำการสำรองข้อมูลในระบบ Google drive เพื่อป้องกันการสูญหาย และจะถูกเก็บไว้เป็นความลับที่บ้านของผู้วิจัยที่เก็บในตู้เอกสารเท่านั้น โดยมีกุญแจรหัสล็อกอย่างแน่นหนา และมีเพียงผู้วิจัยคนเดียวเท่านั้นที่สามารถเปิดได้

กลุ่มที่ 2 พนักงานผู้ปฏิบัติงานที่ต้องให้บริการกับลูกค้าชาวจีนโดยตรง ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของพนักงานผู้ปฏิบัติงาน ที่ต้องให้บริการกับลูกค้าชาวจีน คือ ผู้ที่รับรู้ถึงความต้องการและการเตรียมการในการดูแลกลุ่มลูกค้าชาวจีน ดังนั้น การได้มาซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยกลุ่มที่ 2 มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการให้ข้อมูล ทั้งนี้ การเลือกจำนวนพนักงาน ผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเป็นพนักงานผู้ปฏิบัติงานที่ให้บริการโดยตรงกับลูกค้าชาวจีน จำนวน 9 คน ได้แก่ พนักงานแผนกต้อนรับส่วนหน้า 2 คน พนักงานแผนกอาหาร

และเครื่องดื่ม 3 คน พนักงานแผนกแม่บ้าน 2 คน และพนักงานแผนกชาย 2 คน โดยก่อนที่ผู้เข้าร่วมโครงการจะยินยอมเข้าร่วมโครงการ ผู้วิจัยได้มีเอกสารที่ให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้อ่านศึกษา และทำความเข้าใจโดยในเอกสารได้ระบุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การปฏิบัติตัว วิธีการวิจัย ประโยชน์ ความเสี่ยง และสิทธิผู้เข้าร่วมโครงการในการให้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย รวมถึงความมีสิทธิและอิสระในการสมัครใจ หรือปฏิเสธการเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้

พนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ดูแลลูกค้าชาวจีนโดยตรง ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล จำนวน 7 วัน เพราะความเหมาะสมและความสะดวกของพนักงาน และลักษณะงานที่ปฏิบัติ ไม่ให้กระทบต่อความเป็นส่วนตัว หรือการปฏิบัติหน้าที่

เมื่อผู้วิจัยได้รับอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของกิจการในการใช้โรงแรมแห่งนี้ สำหรับเก็บข้อมูลในโครงการวิจัยครั้งนี้แล้ว ได้เข้าพบกับหัวหน้าแผนกพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม เพื่ออธิบายวัตถุประสงค์และขั้นตอนกระบวนการของโครงการวิจัย เพื่อให้โรงแรมเข้าใจตรงกันกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องดำเนินการ

ผู้วิจัยประสานงานกับผู้จัดการฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผู้จัดการแผนกต้อนรับ ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม หัวหน้างานแผนกแม่บ้าน และผู้จัดการแผนกชาย ในการประกาศหาผู้สมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้ 1) ต้องเป็นพนักงานของโรงแรม 2) ต้องเป็นพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการดูแลลูกค้าชาวจีน 3) ต้องเป็นพนักงานแผนกต้อนรับ 2 คน 4) ต้องเป็นพนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม 3 คน 5) ต้องเป็นพนักงานแผนกแม่บ้าน 2 คน 6) ต้องเป็นพนักงานแผนกชาย 2 คน และ 7) ต้องเป็นผู้สมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัยครั้งนี้ การคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยกลุ่มที่ 2 พนักงานผู้ปฏิบัติงานที่ต้องให้บริการกับลูกค้าชาวจีนโดยตรง ทั้งนี้ การเลือกจำนวนพนักงานผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

ผู้วิจัยทำประกาศรับสมัครพนักงานผู้สมัครใจ โดยติดประกาศของโรงแรม และป้ายประกาศ โดยให้ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรมเป็นผู้ดำเนินการให้ โดยมีระยะเวลาให้แจ้งความประสงค์ได้ 7 วัน ผ่านฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม

ผู้วิจัยทำการติดต่อกับพนักงานผู้สมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย ที่เข้าพักในโรงแรม ด้วยการอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอให้เข้าร่วมโครงการวิจัยด้วยการนำเอกสาร โดยในเอกสารได้ระบุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การปฏิบัติตัว วิธีการวิจัย ประโยชน์ ความเสี่ยง และสิทธิผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในการให้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย และได้อ่านทำความเข้าใจถึงสิทธิต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ (เนื่องจากผู้วิจัย

เป็นผู้ปฏิบัติงานในโรงแรมแห่งนี้ ในการเก็บข้อมูลในส่วนของกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 คือ พนักงาน และหัวหน้างานผู้ปฏิบัติงานในโรงแรมแห่งนี้)

ก่อนการให้สัมภาษณ์

เมื่อผู้วิจัยได้รับการยินยอมตกลงเข้าร่วมโครงการวิจัยเรียบร้อยแล้ว

1. ผู้วิจัยได้อ่านเอกสารที่ระบุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การปฏิบัติตัว วิธีการวิจัย ประโยชน์ ความเสี่ยง และสิทธิผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย รวมถึงความปลอดภัยด้านข้อมูลที่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยได้ให้ข้อมูล ให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยได้รับทราบ โดยอ่านให้ฟังอย่างละเอียด และให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้อ่านด้วยตนเองอีกครั้ง

2. เมื่อผู้วิจัยมั่นใจว่า ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ รับทราบและเข้าใจในรายละเอียด ในวัตถุประสงค์และสิทธิของตนเองเรียบร้อยแล้ว

3. ผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนการสัมภาษณ์ และการขออนุญาตบันทึกเสียงสัมภาษณ์ให้กับ ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ให้เข้าใจในขั้นตอนการสัมภาษณ์ พร้อมเน้นย้ำหากผู้เข้าร่วมโครงการ รู้สึกไม่สะดวกในการให้ข้อมูล หรือไม่สะดวกในการเข้าร่วมโครงการ สามารถยกเลิกได้ทันที โดยไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ ทั้งสิ้น หากผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยเข้าใจแล้ว ผู้วิจัยได้ให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยลงนามในเอกสารยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

4. ผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนการสัมภาษณ์ และการขออนุญาตบันทึกเสียงสัมภาษณ์ให้กับ ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ให้เข้าใจในขั้นตอนการสัมภาษณ์ พร้อมเน้นย้ำหากผู้เข้าร่วมโครงการ รู้สึกไม่สะดวกในการให้ข้อมูล หรือไม่สะดวกในการเข้าร่วมโครงการ สามารถยกเลิกได้ทันที โดยไม่มี ข้อผูกมัดใด ๆ ทั้งสิ้น

5. ผู้วิจัยทำการจดบันทึกการสัมภาษณ์และอัดเสียงขณะสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ในครั้งนี้ จะเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structured interview) โดยระหว่างสัมภาษณ์ หากผู้ให้ ข้อมูลมีคำถามใดที่ผู้ให้ข้อมูลไม่สามารถให้ข้อมูลได้ หรือไม่สะดวกให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลสามารถ บอกผ่าน และผู้วิจัยจะข้ามคำถามเหล่านั้นทันที

ระหว่างการสัมภาษณ์

1. เพื่อเป็นการป้องกันความเชื่อมโยงของผู้ให้ข้อมูล ผู้แทนผู้วิจัยจะแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูล ใช้สรรพนามแทนตัวของผู้ให้ข้อมูล โดยใช้สรรพนามเป็นผม หรือฉัน แทนชื่อผู้ให้ข้อมูล ในระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงการทราบชื่อแหล่งที่มาของผู้ให้ข้อมูลในระหว่างการสัมภาษณ์

2. ในระหว่างการสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกในการให้ข้อมูลบางประเด็น หรือต้องการให้ผู้วิจัยปิดการบันทึกเสียง หรือไม่ยินดีที่จะตอบคำถามที่มีความอ่อนไหว ผู้ให้ข้อมูล มีสิทธิในการแจ้งบอกแก่ผู้วิจัยให้การสัมภาษณ์ ให้ยุติ หรือปิดการบันทึกเสียงได้ตลอดเวลา

3. การสัมภาษณ์ใช้เวลา 30 นาที เพื่อความเหมาะสมของบทสัมภาษณ์ที่สนทนา และเพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนของเนื้อหาของโครงการวิจัย

4. ระหว่างการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะพยายามสังเกตอาการของผู้เข้าร่วม โครงการวิจัยอย่างสม่ำเสมอ หากสังเกตเห็นอาการผิดปกติ หรือความสนใจในการให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะหยุดการเก็บข้อมูลทันที เพื่อรักษาสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย โดยที่จะอธิบายให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทราบถึงการไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ในระหว่างเข้าพักในโรงแรมแห่งนี้ทั้งสิ้น

5. ด้านข้อมูลที่ได้รับมาจากการให้สัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยได้เก็บไว้เป็นความลับ ในคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กส่วนตัวของผู้วิจัย ที่มีการเข้ารหัสล็อกหน้าจอ และทำการสำรองข้อมูล ในระบบ Google drive เพื่อป้องกันการสูญหาย และจะถูกเก็บไว้เป็นความลับที่บ้านของผู้วิจัย ที่เก็บในตู้เอกสารเท่านั้น โดยมีกุญแจรหัสล็อกอย่างแน่นหนา และมีเพียงผู้วิจัยคนเดียวเท่านั้น ที่สามารถเปิดได้

กลุ่มที่ 3 พนักงานระดับหัวหน้างาน หรือผู้จัดการแผนก ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยกลุ่มนี้ เป็นผู้ที่งานนโยบายในแนวทางการปฏิบัติงาน ให้กับผู้ปฏิบัติงานที่ดูแลกลุ่มลูกค้าชาวจีนโดยตรง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยกลุ่มที่ 3 นี้ โดยเลือกจากแผนกที่มีพนักงาน ผู้ปฏิบัติงานในการดูแลลูกค้าชาวจีนโดยตรง แผนกละ 1 คน ได้แก่ หัวหน้า หรือผู้จัดการ แผนกต้อนรับ 1 คน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม 1 คน และแผนกขาย 1 คน รวม 3 คน ในการเลือก ผู้ให้ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยก่อนที่ผู้เข้าร่วมโครงการจะยินยอมเข้าร่วมโครงการ ผู้วิจัยได้มีเอกสารที่ให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้อ่านศึกษา และทำความเข้าใจ โดยในเอกสารได้ระบุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การปฏิบัติตัว วิธีการวิจัย ประโยชน์ ความเสี่ยง และสิทธิผู้เข้าร่วมโครงการในการให้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย รวมถึงความมีสิทธิและอิสระในการสมัครใจ หรือปฏิเสธการเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้

พนักงานระดับหัวหน้างาน หรือผู้จัดการแผนก ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล จำนวน 3-5 วัน หรือแล้วแต่ความเหมาะสม และความสะดวกของหัวหน้างานและลักษณะงาน ที่ปฏิบัติ ไม่ให้กระทบต่อความเป็นส่วนตัว หรือการปฏิบัติหน้าที่

เมื่อผู้วิจัยได้รับอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของกิจการในการใช้โรงแรมแห่งนี้ สำหรับเก็บข้อมูลในโครงการวิจัยครั้งนี้ แล้วผู้วิจัยได้มอบหมายให้ผู้แทนผู้วิจัยได้เข้าพบกับ

หัวหน้าแผนกพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม เพื่ออธิบายวัตถุประสงค์และขั้นตอน กระบวนการของโครงการวิจัย เพื่อให้โรงแรมเข้าใจตรงกันกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องดำเนินการ

ผู้วิจัยประสานงานกับผู้จัดการฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผู้จัดการผู้จัดการแผนกต้อนรับ ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม หัวหน้างานแผนกแม่บ้าน และผู้จัดการแผนกขาย ในการนัดหมาย

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้ 1) ต้องเป็นพนักงานของโรงแรม 2) ต้องเป็นพนักงานระดับหัวหน้างาน หรือผู้จัดการแผนกต้อนรับ 3) ต้องเป็นผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม 3) ต้องเป็นผู้จัดการแผนกขาย และ 4) ต้องเป็นผู้สมัครใจที่จะเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้

การคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยกลุ่มที่ 3 พนักงานระดับหัวหน้างาน หรือผู้จัดการแผนกในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกจากแผนกที่มีพนักงานปฏิบัติงานในการดูแลลูกค้าชาวจีนโดยตรง แผนกละ 1 คน ได้แก่ หัวหน้างาน หรือผู้จัดการแผนกต้อนรับ ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม และผู้จัดการแผนกขาย ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

ผู้วิจัยทำประกาศรับสมัครพนักงานผู้สมัครใจ โดยติดประกาศโดยให้ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรมเป็นผู้ดำเนินการให้ โดยมีระยะเวลาให้แจ้งความประสงค์ได้ 5-7 วัน ผ่านฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม

ผู้วิจัยทำการติดต่อกับพนักงานผู้ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัยที่เข้าพักในโรงแรม ด้วยการอธิบายวัตถุประสงค์ของการขอให้เข้าร่วมโครงการวิจัย ด้วยการนำเอกสาร โดยในเอกสารได้ระบุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การปฏิบัติตัว วิธีการวิจัย ประโยชน์ ความเสี่ยง และสิทธิผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในการให้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย และได้อ่านทำความเข้าใจถึงสิทธิต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้

ก่อนการให้สัมภาษณ์

เมื่อผู้วิจัยได้รับการยินยอมตกลงเข้าร่วมโครงการวิจัยเรียบร้อยแล้ว

1. ผู้วิจัยได้อ่านเอกสารที่ระบุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การปฏิบัติตัว วิธีการวิจัย ประโยชน์ ความเสี่ยง และสิทธิผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย รวมถึงความปลอดภัยด้านข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยได้ให้ข้อมูล ให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยได้รับทราบ โดยอ่านให้ฟังอย่างละเอียด และให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้อ่านด้วยตนเองอีกครั้ง

2. เมื่อผู้วิจัยมั่นใจว่า ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ รับทราบและเข้าใจในรายละเอียดในวัตถุประสงค์และสิทธิของตัวเองเรียบร้อยแล้ว

3. ผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนการสัมภาษณ์ และการขออนุญาตบันทึกเสียงสัมภาษณ์ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ให้เข้าใจในขั้นตอนการสัมภาษณ์ พร้อมเน้นย้ำหากผู้เข้าร่วมโครงการรู้สึกไม่สะดวกในการให้ข้อมูล หรือไม่สะดวกในการเข้าร่วมโครงการ สามารถยกเลิกได้ทันที โดยไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ ทั้งสิ้น หากผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยเข้าใจแล้ว ผู้วิจัยได้ให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยลงนามในเอกสารยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

4. ผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนการสัมภาษณ์ และการขออนุญาตบันทึกเสียงสัมภาษณ์ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ให้เข้าใจในขั้นตอนการสัมภาษณ์ พร้อมเน้นย้ำหากผู้เข้าร่วมโครงการรู้สึกไม่สะดวกในการให้ข้อมูล หรือไม่สะดวกในการเข้าร่วมโครงการ สามารถยกเลิกได้ทันที โดยไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ ทั้งสิ้น

5. ผู้วิจัยทำการจัดบันทึกการสัมภาษณ์และอัดเสียงขณะสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ในครั้งนี้จะเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structured interview) โดยระหว่างสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลมีคำถามใดที่ผู้ให้ข้อมูลไม่สามารถให้ข้อมูลได้ หรือไม่สะดวกให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลสามารถบอกผ่าน และผู้วิจัยจะข้ามคำถามเหล่านั้นทันที

ระหว่างการสัมภาษณ์

1. เพื่อเป็นการป้องกันความเชื่อมโยงของผู้ให้ข้อมูล ผู้แทนผู้วิจัยจะแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลใช้สรรพนามแทนตัวของผู้ให้ข้อมูล โดยใช้สรรพนามเป็นผม หรือฉันแทนชื่อผู้ให้ข้อมูลในระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงการทราบชื่อแหล่งที่มาของผู้ให้ข้อมูลในระหว่างการสัมภาษณ์

2. ในระหว่างการสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกในการให้ข้อมูลบางประเด็น หรือต้องการให้ผู้วิจัยปิดการบันทึกเสียง หรือไม่ยินดีที่จะตอบคำถามที่มีความอ่อนไหว ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิในการแจ้งบอกแก่ผู้วิจัยในการสัมภาษณ์ ให้ยุติ หรือปิดการบันทึกเสียงได้ตลอดเวลา

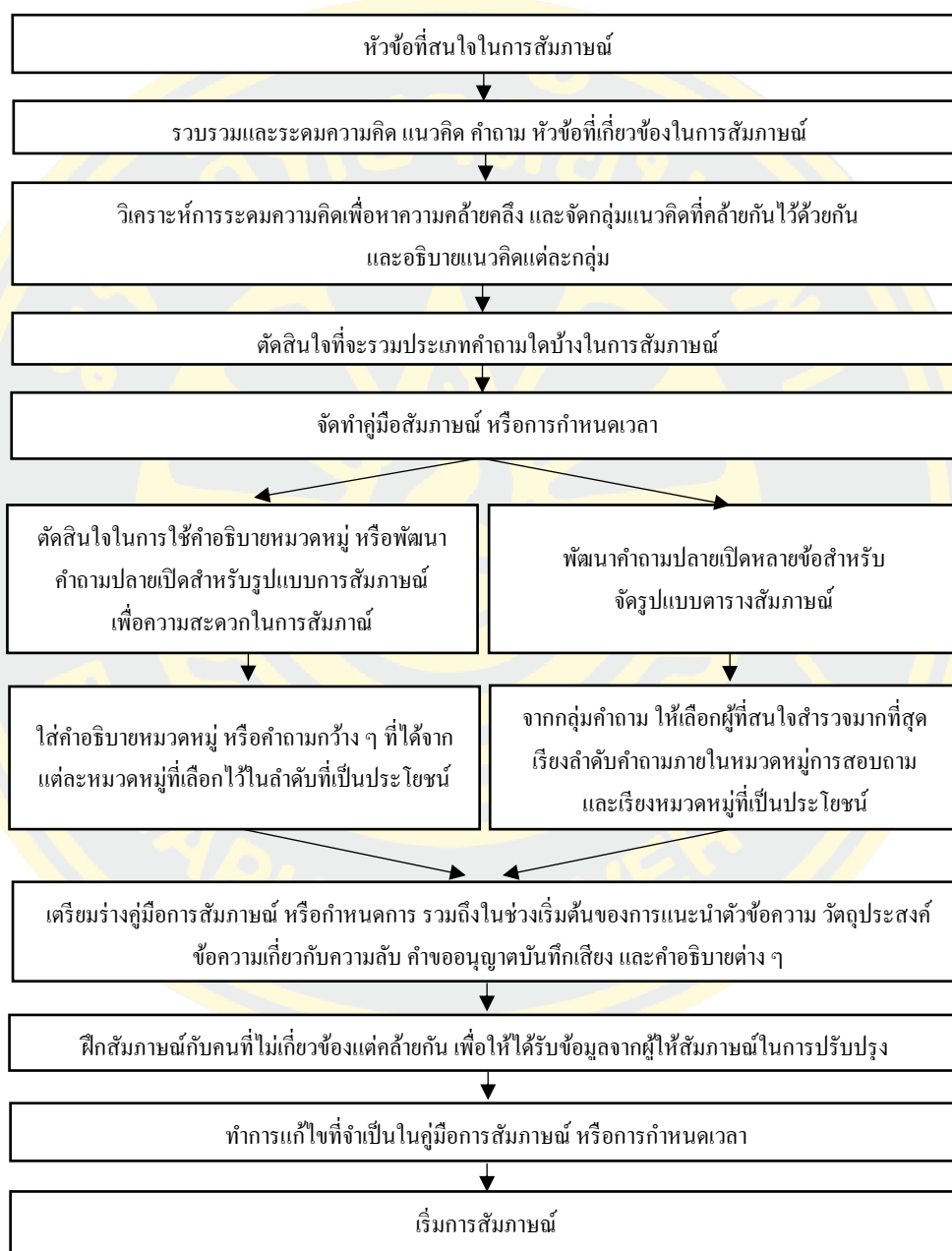
การสัมภาษณ์ใช้เวลา 30 นาที เพื่อความเหมาะสมของบทสัมภาษณ์ที่สนทนา และเพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนของเนื้อหาของโครงการวิจัย

4. ระหว่างการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะพยายามสังเกตอาการของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยอย่างสม่ำเสมอ หากสังเกตเห็นอาการผิดปกติ หรือความสนใจในการให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะหยุดการเก็บข้อมูลทันที เพื่อรักษาสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย โดยที่จะอธิบายให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทราบถึงการไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ในการปฏิบัติหน้าที่ในโรงแรมแห่งนี้ทั้งสิ้น

5. ด้านข้อมูลที่ได้รับมาจากการให้สัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยได้เก็บไว้เป็นความลับ ในคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กส่วนตัวของผู้วิจัย ที่มีการเข้ารหัสล็อกหน้าจอ และทำการสำรองข้อมูลในระบบ Google drive เพื่อป้องกันการสูญหาย และจะถูกเก็บไว้เป็นความลับที่บ้านของผู้วิจัย

ที่เก็บในตู้เอกสารเท่านั้น โดยมีกุญแจรหัสล็อคอย่างแน่นหนา และมีเพียงผู้วิจัยคนเดียวเท่านั้นที่สามารถเปิดได้

ขั้นตอนกระบวนการก่อนการสัมภาษณ์

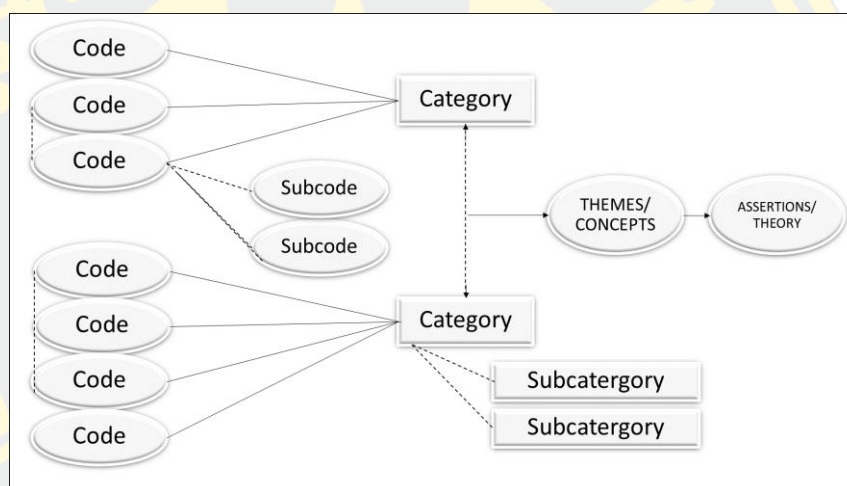


ภาพที่ 7 ขั้นตอนกระบวนการก่อนการสัมภาษณ์

ที่มา: Maykut and Morehouse (1994)

ขั้นตอนย่อยที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการของลูกค้าและพนักงาน การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา (Research and development) ไว้เป็น 4 ระยะ และในระยะที่ 1 นี้ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์จากการค้นคว้าด้านข้อมูลด้านทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกของผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure indepth interview) เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 แล้วนำข้อมูลที่ได้รับผ่านกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) (Saldana, 2013)



ภาพที่ 8 แบบจำลองรหัสต่อทฤษฎีที่มีประสิทธิภาพเป็นกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา
ที่มา: Saldana (2013)

1. เมื่อได้รับข้อมูลอยู่ในระบบแล้ว ผู้วิจัยจะทำการจับกลุ่มคำต่าง ๆ จากข้อความของผู้ให้ข้อมูล เพื่อแบ่งเป็นรหัสคำที่มีลักษณะที่เหมือนกัน เพื่อจับกลุ่มรหัสคำ เรียกว่า Code หรือแบ่งเป็นกลุ่มรหัสคำย่อย เรียกว่า Subcode
2. เมื่อได้กลุ่มคำเหล่านั้นมาเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการรวบรวมกลุ่มรหัสคำเหล่านั้น ให้กลุ่มรหัสคำความหมายเดียวกัน ลักษณะความหมายเหมือนกัน ให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เรียกว่าหมวดหมู่ Category หรือเรียกว่า Subcategory ในกลุ่มความหมายหมวดหมู่ย่อย
3. ขั้นตอนสุดท้าย ที่รวมเอาความหมายเดียวกันของหมวดหมู่ทั้งหมดมาจัดเป็นหมวดหมู่ใหญ่ ในการแสดงถึงข้อมูลทั้งหมดของผู้ให้ข้อมูล ที่ผ่านการสัมภาษณ์ทั้ง 17 คน เรียกว่า “ธีม” หรือแนวคิด Themes หรือ Concepts

ทั้งหมดนี้ คือ กระบวนการและขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล (Content analysis) ของการวิจัยและพัฒนา ในขั้นตอนที่ 1 ผ่านการเลือกสถานที่ในการเก็บข้อมูล และผู้ให้ข้อมูล ผ่านการเก็บข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์โดยการบันทึกเสียง แล้วนำมาถอดบทสัมภาษณ์ และนำเข้าสู่โปรแกรม แล้วทำการแยก แล้วรวมกลุ่มคำและความหมายให้ใหม่ตามบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลทุกคน

สรุปผลการดำเนินงานระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม จากการดำเนินงาน ประกอบด้วย การศึกษาทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องหลัก ได้แก่ ผู้บริหาร หัวหน้าแผนก พนักงาน และลูกค้าชาวจีน ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับบริบทการให้บริการลูกค้าชาวจีนในโรงแรม ได้อย่างรอบด้าน สิ่งที่ได้อจากการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะนี้ คือ ประเด็นปัญหาเชิงลึกที่เกิดขึ้นจริง ในการให้บริการลูกค้าชาวจีนของพนักงานแต่ละแผนก เช่น ความไม่เข้าใจวัฒนธรรมการใช้ภาษาที่จำกัด ความล่าช้าในการตอบสนอง และการแก้ไขข้อร้องเรียนที่ไม่เป็นระบบ และความต้องการฝึกอบรม สำหรับพนักงานในแต่ละสายงาน เช่น การบริการพื้นฐาน ตามความคาดหวังของลูกค้าจีน การสื่อสารด้วยภาษาจีน การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนบริการ การบริการเชิงประทับใจ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการนำเสนอขายบริการอย่างเหมาะสม

ข้อค้นพบทั้งหมดนี้ จึงเป็นข้อมูลตั้งต้นที่มีความแม่นยำและเชื่อมโยงกับบริบทจริงของโรงแรม ซึ่งจะถูกนำไปใช้ในการออกแบบ โครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรมในระยะที่ 2 ต่อไป

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

การดำเนินงานในระยะนี้ มุ่งเน้นการออกแบบ โปรแกรมฝึกอบรมให้สอดคล้องกับข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ในระยะที่ 1 โดยเป็นการพัฒนาร่างโปรแกรมต้นแบบผ่านกระบวนการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบ ด้วยการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน และนำไปสู่การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรมด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน เพื่อให้ได้โปรแกรมที่มีความครบถ้วนในด้านเนื้อหา ความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของการให้บริการลูกค้าชาวจีนในโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 5 ข้อ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การยกร่างโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรม

ผู้วิจัยได้พัฒนาโครงสร้างของโปรแกรมฝึกอบรม โดยอาศัยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากระยะที่ 1 ร่วมกับการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะข้อมูลจากองค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรม ที่ปรากฏซ้ำในระดับสูงมากกว่าร้อยละ 50 ซึ่งถือเป็นสาระสำคัญที่ควรนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม โดยผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบหลักที่ได้รับการยอมรับจากนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศ เช่น ชงชัย สันติวงษ์ (2531) เปรี๊ยะ กิจรัตน์ (2538) ไพโรจน์ สติธยากร (2547) ชารี มณีศรี (2548) ชูชัย สมิติชัย (2548) นิตยา บุญประเสริฐ (2554) พิเศษฐ์ ไพบุญย์ศิริ (2554) เพ็ชรี รูปวิเชต (2554) สมคิด บางโม (2554) ซาลินี เกษรพิกุล (2555) พิเศษฐ์ สุวรรณแพทย์ และกตัญ มหชนวงศ์ สุวรรณแพทย์ (2561) นวลฉวี แสงชัย และพวงศัณข สันงาม (2561) ธิดากุล บุญรักษา และพรพรรณ โพธิ์สุวรรณ (2564) เสาวภา ปัญจจริยะกุล (2562) วิทยา ขนชัยภูมิ และมาเรียม นิลพันธ์ (2565) พิบูลย์ ตัญญบุตร และคณะ (2565) นิธิกรณ สภาพรพิสิฐนา (2566) ถักรชณา เพรศพรัง และคณะ (2566) Nadler (1989) และ Charoenarpornwattana (2022) รวบรวมเป็นโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรมจำนวน 10 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 วัตถุประสงค์ของโปรแกรมฝึกอบรม

องค์ประกอบที่ 2 หัวข้อของโปรแกรมฝึกอบรม

องค์ประกอบที่ 3 โครงสร้างของโปรแกรมฝึกอบรม

องค์ประกอบที่ 4 วิธีและการดำเนินการฝึกอบรม

องค์ประกอบที่ 5 สื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการฝึกอบรม

องค์ประกอบที่ 6 วิทยากร หรือผู้ฝึกสอน

องค์ประกอบที่ 7 กลุ่มเป้าหมาย หรือผู้เข้าร่วมอบรม

องค์ประกอบที่ 8 ระยะเวลาของโปรแกรมฝึกอบรม

องค์ประกอบที่ 9 งบประมาณที่ใช้ในการฝึกอบรม

องค์ประกอบที่ 10 เกณฑ์การประเมินผลและการติดตามผล

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจหาความสมบูรณ์ของเนื้อหาโครงสร้าง

เพื่อให้ได้โครงสร้างที่มีความสมบูรณ์และเหมาะสมกับบริบทการใช้งานจริง ผู้วิจัยได้นำเสนอร่างโปรแกรมฝึกอบรมแก่ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ผ่านกระบวนการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ซึ่งเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงลึกโดยอาศัย

วิจารณ์ญาณและประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้การคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 1 คน

1. สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอกด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
2. มีประสบการณ์การสอนและทำงานในสาขานี้ ไม่น้อยกว่า 5 ปี

กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม จำนวน 1 คน

1. สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอกด้านการท่องเที่ยว หรือโรงแรม
2. มีประสบการณ์ด้านการสอน หรือบริหารในสาขาดังกล่าว ไม่น้อยกว่า 5 ปี

กลุ่มที่ 3 ผู้ปฏิบัติงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรม จำนวน 3 คน

1. ดำรงตำแหน่งอย่างน้อยระดับรองผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์
2. มีประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรมมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 5 ปี

ผลจากการสนทนากลุ่ม ถูกนำมาปรับแก้ร่างโปรแกรมให้มีความชัดเจน ครบถ้วน และเหมาะสม ก่อนเข้าสู่ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพทางด้านวิชาการ และนำไปสู่ขั้นตอนที่ 3 เป็นลำดับต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม

หลังจากการปรับปรุงโครงร่างตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมฝึกอบรมเข้าสู่การประเมินด้านความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ในเชิงปฏิบัติ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน ซึ่งมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ ในอุตสาหกรรมโรงแรม เข้าร่วมการประเมินผ่านแบบทดสอบ เพื่อให้ประเมินความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรมที่รอบด้าน ตามแนวทางของ ฉันทวุฒิ วงศ์เจริญ (2562)

ผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ปฏิบัติงานฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 5 คน

1. ดำรงตำแหน่งรองผู้จัดการ หรือผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์
2. มีประสบการณ์ทำงานในสายงาน HR โรงแรม ไม่น้อยกว่า 5 ปี

กลุ่มที่ 2 ผู้กำหนดนโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรม จำนวน 3 คน

1. ดำรงตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปของโรงแรม
2. มีประสบการณ์ในการบริหารโรงแรม ไม่น้อยกว่า 5 ปี

การประเมินในขั้นตอนนี้ ครอบคลุม 2 มิติหลัก คือ 1) ความเหมาะสมด้านเนื้อหา วิธีการ และระยะเวลาของโปรแกรม และ 2) ความเป็นไปได้ในเชิงการดำเนินการจริงภายใต้บริบทของ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร

การออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมในระบายนี้นผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญถึง 2 รอบอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การสร้างร่างต้นแบบ ไปจนถึงการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการใช้จริง เพื่อให้โปรแกรมฝึกอบรมที่ได้มีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์ทางวิชาการ และสามารถประยุกต์ใช้ได้จริงในสถานการณ์ปฏิบัติงานของโรงแรม

เครื่องมือในการประเมินโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรม

1. แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม (ก่อนอบรม) วิเคราะห์จากแบบทดสอบที่ผู้เชี่ยวชาญ 8 คน ตอบแบบประเมิน โดยใช้เกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ย 5 ระดับ อ้างอิงแนวทางของ ญัฎฐุฒิ วงศ์เจริญ (2562) ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด/ เป็นไปได้มากที่สุด

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง เหมาะสมมาก/ เป็นไปได้มาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง/ เป็นไปได้ปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ควรปรับปรุง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 0.51-1.50 หมายถึง ไม่เหมาะสม/ ไม่มีความเป็นไปได้

การสร้างเครื่องมือ

เพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรมในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือแบบทดสอบ เพื่อใช้ในการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้น โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนก่อนการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบทดสอบเพื่อประเมินโปรแกรมฝึกอบรม ศึกษารายละเอียดของโปรแกรมฝึกอบรม ทั้ง 6 โมดูล ที่พัฒนาในระบายนี้น โดยพิจารณาองค์ประกอบสำคัญ เช่น วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการจัดการฝึกอบรม ระยะเวลา ผู้สอน และความเชื่อมโยงกับปัญหาและความต้องการฝึกอบรมที่ค้นพบในระบายนี้น

2. จัดทำแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม ในรูปแบบของแบบทดสอบมาตรฐานค่า 5 ระดับ โดยครอบคลุม 2 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านความเหมาะสม เช่น ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับปัญหา ความชัดเจนของเนื้อหา ความเหมาะสมของกิจกรรมด้านความเป็นไปได้ เช่น ความเป็นไปได้ในการจัดฝึกอบรม ในบริบทจริง ความเหมาะสมของระยะเวลา งบประมาณ ทรัพยากร และการนำไปปฏิบัติจริง

3. นำแบบประเมินดังกล่าวเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 8 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม การบริการ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรม เพื่อตรวจสอบความครบถ้วน เหมาะสม และชัดเจนของคำถาม รวมถึงความครอบคลุมของเนื้อหาในแต่ละหมวด

4. ปรับปรุงแบบทดสอบตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ให้มีความชัดเจน ถูกต้อง และเหมาะสมยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเป็นผู้ประสานในการนำโครงร่างโปรแกรมฝึกอบรม ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ทำการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ และนำผลที่ได้ไปออกแบบ โปรแกรมฝึกอบรม แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน ตรวจสอบความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้นำโครงร่างโปรแกรมไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจหาความสมบูรณ์ของเนื้อหา ด้วยการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ และนำส่งต่อไปยังอีกกลุ่มของผู้เชี่ยวชาญ ในการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ โดยมีวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การพิจารณาวิเคราะห์ของการใช้โปรแกรมฝึกอบรม เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพ การบริการของลูกค้าชาวจีนที่เข้ามาพักในโรงแรม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของคะแนนจากแบบทดสอบ และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของคะแนนความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม (ก่อนอบรม) วิเคราะห์จากแบบทดสอบที่ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน ตอบแบบประเมิน โดยใช้เกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ย 5 ระดับ อ้างอิงแนวทางของ ญัตติ วังศักรวิทย์ (2562) ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด/ เป็นไปได้มากที่สุด

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง เหมาะสมมาก/ เป็นไปได้มาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง/ เป็นไปได้ปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ควรปรับปรุง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 0.51-1.50 หมายถึง ไม่เหมาะสม/ ไม่มีความเป็นไปได้

โดยกำหนดว่า โปรแกรมฝึกอบรมจะต้องมีคะแนนความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป จึงถือว่า “เหมาะสมต่อการนำไปใช้จริง”

ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม

ในระยะนี้ เป็นการนำโปรแกรมฝึกอบรมที่ปรับปรุงแล้วไปใช้กับกลุ่มทดลอง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการนำโปรแกรมฝึกอบรมไปใช้จริง โดยใช้กระบวนการวิจัยกึ่งทดลอง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

แบบแผนการทดลอง

การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ำชาวจีน ใช้แบบแผนการทดลองแบบกลุ่มเดียวที่มีการทดสอบก่อนและหลัง (One-group Pretest-posttest design) โดยดำเนินการกับพนักงานโรงแรม จำนวน 30 คน ซึ่งปฏิบัติงานในรอบเช้า โดยกลุ่มนี้ ได้รับการฝึกอบรมตามโปรแกรมที่ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ มีการวัดผลก่อนและหลังการเข้ารับการฝึกอบรม โดยใช้แบบทดสอบเพื่อประเมินระดับความมั่นใจในการให้บริการลูกค้ำชาวจีนไว้ดังนี้

E O₁ X₁ O₂

E แทน กลุ่มทดลอง (พนักงานโรงแรม จำนวน 30 คน)

O₁ แทน การวัดผลก่อนการทดลอง (Pre-test)

X₁ แทน การดำเนินการตามโปรแกรมฝึกอบรม

O₂ แทน การวัดผลหลังการทดลอง (Post-test)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในการศึกษาในระยะที่ 3 ครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนทั้งสิ้น 65 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2568)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลอง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้ำชาวจีน ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มทดลองแบบเจาะจง (Purposive selection) ด้วยการแบ่งกลุ่มตามลักษณะการปฏิบัติงานในรอบเช้า ของพนักงานในโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จากนั้น ผู้วิจัยได้เลือกกำหนดพนักงานรอบเช้าเป็นกลุ่มทดลองจำนวน 30 คน ประกอบไปด้วย พนักงานแผนกต้อนรับ 5 คน พนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม 10 คน พนักงานแผนกแม่บ้าน 12 คน และพนักงานแผนกขาย 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมฝึกอบรมชื่อ “ต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้ำชาวจีน โมเดล” (Chinese service excellence 6M Model) ประกอบไปด้วย 6 โมดูล ได้แก่

- โมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้ำชาวจีน
- โมดูลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้ำชาวจีน
- โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้ำชาวจีน

โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน

โมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน

โมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจเพื่อการขายสำหรับ
ลูกค้าชาวจีน

การดำเนินการทดลอง

1. การเตรียมการก่อนการใช้โปรแกรมฝึกอบรม ผู้วิจัยเตรียมการก่อนการทดลองใช้
โปรแกรมฝึกอบรม ดังนี้

1.1 ติดต่อประสานงานกับผู้จัดการโรงแรมและผู้จัดการแผนกพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
ของโรงแรม เพื่อเสนอโปรแกรมฝึกอบรม ประสานงานเกี่ยวกับกำหนดวัน เวลา ในการฝึกอบรม
เพื่อชี้แจง ทำความเข้าใจกับผู้บริหาร

1.2 ทำหนังสือขอความร่วมมือให้ผู้บริหาร โรงแรมอนุมัติพนักงานกลุ่มตัวอย่าง
ทดลองให้เข้าฝึกอบรม ตามวันและเวลาที่กำหนด

1.3 จัดเตรียมเอกสารประกอบโปรแกรมฝึกอบรม

2. วิธีดำเนินการทดลอง มีลำดับขั้นตอนการทดลอง ดังนี้

2.1 สรุปโมดูลสำหรับโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการแก่ลูกค้า
ชาวจีนในแต่ละโมดูล

2.2 เริ่มกระบวนการฝึกอบรมตามโมดูลต่าง ๆ ตามที่ได้กำหนดไว้

2.3 ประสานงานกับฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม เพื่อทำการกำหนดวัน
เวลา สถานที่สำหรับฝึกอบรม และจำนวนผู้เข้าอบรมตามที่กำหนดไว้กับกลุ่มทดลอง

3. การเตรียมการก่อนวันฝึกอบรม

3.1 ประสานงานกับฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม เพื่อทำการยืนยันวันที่
สถานที่จัดการฝึกอบรม ยืนยันเวลาในการจัดการฝึกอบรม และยืนยันจำนวนพนักงานผู้เข้า
ฝึกอบรม

3.2 ประสานงานเพื่อยืนยันกับวิทยากรในโปรแกรมที่จัดฝึกอบรมในแต่ละ โมดูล
กรณีที่ต้องมีวิทยากร

3.3 จัดเตรียมสถานที่ห้องประชุมสำหรับฝึกอบรม

3.4 จัดเตรียมเอกสารการฝึกอบรมในแต่ละ โมดูล

3.5 จัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ประกอบในการฝึกอบรมในแต่ละ โมดูล

4. กระบวนการในวันที่จัดฝึกอบรม

4.1 ประสานงานกับฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรมเพื่อทำการเตรียมงาน

4.1 จัดเตรียมเอกสารลงทะเบียน

4.2 ตรวจสอบความพร้อมของสถานที่ฝึกอบรม

4.3 ตรวจสอบความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ในการจัดการฝึกอบรม

4.4 ตรวจสอบอาหารว่างที่จัดเตรียมสำหรับพนักงานผู้เข้ารับการฝึกอบรม

4.5 จัดทำแบบประเมินก่อนการเข้ารับการฝึกอบรมตามโปรแกรมของกลุ่มทดลอง

พร้อมอธิบายหลักการและเหตุผล พร้อมทดสอบความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการยกระดับคุณภาพการบริการที่มีต่อลูกค้าชาวจีน

4.6 ระหว่างการฝึกอบรม ประเมินสถานการณ์ระหว่างการจัดการฝึกอบรมและประสานงาน

4.7 อำนาจความสะดวกแก่วิทยากรในระหว่างจัดการฝึกอบรม

5. กระบวนการฝึกอบรมหลังจากเสร็จสิ้นการฝึกอบรมในแต่ละโมดูล

5.1 สรุปและรับข้อคิดเห็นตลอดจนรับฟังข้อเสนอแนะในแต่ละครั้งที่ทำการฝึกอบรมตามแต่ละโมดูล

5.2 จัดเตรียมแบบทดสอบเพื่อประเมินหลังการฝึกอบรม

5.3 ประชาสัมพันธ์ตารางฝึกอบรมในครั้งต่อไปกับกลุ่มทดลอง

5.4 รวบรวมแบบประเมิน Post-test ในแต่ละโมดูล เพื่อสรุปและประเมินการฝึกอบรม เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าชาวจีน

6. จัดทำแบบประเมินหลังการฝึกอบรมตลอดทั้งโปรแกรมในแต่ละโมดูลในกลุ่มทดลอง เพื่อสำรวจความมั่นใจของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน หลังการฝึกอบรมตามโปรแกรม เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพการบริการของลูกค้าชาวจีน

6.1 ผลการทดสอบก่อนการฝึกอบรม (Pre-test) เป็นการประเมินระดับความมั่นใจและความเข้าใจของพนักงานในด้านการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีนก่อนการเข้าร่วมอบรมครอบคลุมเนื้อหาทั้ง 6 โมดูล ที่กำหนดไว้ในโปรแกรมฝึกอบรม โดยแบบทดสอบนี้ ใช้กับพนักงานทุกคน

6.2 ผลการทดสอบหลังการฝึกอบรม (Post-test) ดำเนินการหลังจากพนักงานผ่านการอบรมทั้ง 6 โมดูล เพื่อประเมินความเปลี่ยนแปลงในด้านความมั่นใจ ความเข้าใจ และทักษะที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบทดสอบชุดเดียวกับ Pre-test เพื่อให้สามารถวัดผลเปรียบเทียบได้อย่างแม่นยำ

แบบทดสอบก่อนการฝึกอบรม (Pre-test) เป็นแบบทดสอบที่ใช้วัดความมั่นใจ ความเข้าใจ และความรู้พื้นฐานของพนักงานก่อนเข้ารับการอบรม โดยออกแบบให้ครอบคลุม

เนื้อหาในทั้ง 6 โมดูล และใช้แบบทดสอบชุดเดียวกับ Post-test เพื่อใช้เปรียบเทียบผลลัพธ์ ซึ่งการให้คะแนนใช้มาตราส่วนความคิดเห็น 5 ระดับเช่นกัน โดยกำหนดค่าคะแนน ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มั่นใจมาก

ระดับ 4 หมายถึง มั่นใจ

ระดับ 3 หมายถึง มั่นใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มั่นใจเล็กน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ไม่มั่นใจเลย

ระยะเวลาในการทดลอง

ผู้วิจัยดำเนินการฝึกอบรม ตั้งแต่วันที่ 11 เมษายน ถึงวันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ.2568

ระยะที่ 4 การประเมินผลและปรับปรุงการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม

หลังจากดำเนินการฝึกอบรมตามโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นในระยะที่ 3 แล้ว ผู้วิจัยได้นำ โปรแกรมฝึกอบรมไปใช้จริงกับกลุ่มพนักงานโรงแรม เพื่อประเมินว่า การพัฒนาโปรแกรม ฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าชาวจีน สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ ของการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ โดยดำเนินการประเมินผล ด้วยเครื่องมือ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. แบบประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมอบรม ใช้วัดความพึงพอใจ ของพนักงานต่อนเนื้อหาการอบรม วิธีการถ่ายทอด ความเหมาะสมของสื่อ บรรยายาศในการเรียนรู้ และความรู้สึกโดยรวมหลังจบการอบรม พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้เสนอข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อพัฒนา โปรแกรมในอนาคต

2. แบบประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม ใช้วัดความคิดเห็น ของพนักงานที่เข้าร่วมอบรมว่า รายวิชาที่ได้รับมีประโยชน์ต่อการนำไปปรับใช้ในงานประจำ มากน้อยเพียงใด โดยครอบคลุมประเด็นเรื่องการนำเนื้อหาไปปรับใช้จริง ความสอดคล้องกับ ลักษณะงาน และการพัฒนาทักษะอย่างตรงจุด

3. แบบประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเข้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม ประเมินโดยลูกค้าชาวจีนที่ได้รับบริการจากพนักงาน รอบเข้าที่ผ่านการฝึกอบรม เพื่อสะท้อนระดับความพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับ อาทิ การสื่อสาร การบริการที่เป็นมิตร ความใส่ใจในรายละเอียด และความประทับใจโดยรวม ซึ่งสะท้อนผลสัมฤทธิ์ของโปรแกรมฝึกอบรมจากมุมมองของผู้รับบริการ

โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ในระยะที่ 4 มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้

ที่มาของผู้ประเมินผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 3 รูปแบบ

แบบประเมินที่ 1 ความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมอบรม ผู้วิจัยดำเนินการประเมินโดยพนักงานรอบเช้ากลุ่มทดลองที่เข้าร่วมอบรมครบทุกโมดูล เพื่อสะท้อนความพึงพอใจในด้านเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม วิทยากร และบรรยากาศของการฝึกอบรมโดยรวมพร้อมรับฟังข้อเสนอแนะ ด้วยจำนวน 30 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2568)

แบบประเมินที่ 2 ความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม ผู้ประเมิน คือ พนักงานโรงแรมกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมอบรมครบทั้ง 6 โมดูล โดยตอบแบบทดสอบหลังการอบรม เพื่อสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับความเป็นประโยชน์ และสามารถในการนำเนื้อหาไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง ด้วยจำนวน 30 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2568)

แบบประเมินที่ 3 ผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเช้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการโรงแรมในช่วงเวลาหลังการอบรมของพนักงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว จำนวน 150 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2568) โดยกลุ่มลูกค้าที่ได้รับแบบทดสอบ เป็นผู้เข้าพักจริงซึ่งมีประสบการณ์ได้รับบริการจากพนักงานรอบเช้า ที่ผ่านการอบรมทั้ง 6 โมดูล

การคัดเลือกผู้ตอบแบบทดสอบ

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรม ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะของแบบประเมินทั้ง 3 ประเภท โดยพิจารณาจากคุณลักษณะของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละช่วงของกระบวนการฝึกอบรม ซึ่งสามารถจำแนกได้ ดังนี้

1. แบบประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมอบรม กลุ่มผู้ตอบแบบทดสอบ คือ พนักงานกลุ่มทดลอง จำนวน 30 คน คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2568) ที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรมครบทั้ง 6 โมดูล โดยตอบแบบทดสอบหลังการอบรม เพื่อประเมินความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เช่น เนื้อหาวิชา วิธีการฝึกอบรม บรรยากาศในการเรียนรู้ และการจัดการโดยรวมของโปรแกรม พร้อมข้อเสนอแนะ

2. แบบประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม แบบทดสอบนี้จัดให้แก่พนักงานกลุ่มทดลอง 30 คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2568) ที่ผ่านการอบรมครบทั้ง 6 โมดูล เพื่อให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเนื้อหาในแต่ละโมดูลไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง ทั้งในด้านความสอดคล้องกับงาน ความเหมาะสม และการพัฒนาทักษะ

3. แบบประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเช้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม ผู้ตอบแบบทดสอบในส่วนนี้ คือ ลูกค้าชาวจีน จำนวน

150 คน คน (โรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร, 2568) ที่เข้าพักในโรงแรมและได้รับการ
จากพนักงานที่ผ่านการอบรมทั้ง 6 โมดูล โดยการคัดเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก
(Convenience sampling) โดยมุ่งเน้นที่ลูกค้าที่ใช้บริการจริงในช่วงเวลาหลังจบการอบรม
เพื่อให้ได้ผลสะท้อนที่แท้จริงจากประสบการณ์ของผู้รับบริการ

เครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบทดสอบ ซึ่งออกแบบขึ้นโดยยึดตามวัตถุประสงค์
ของการวิจัย และครอบคลุมองค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล โดยแบ่งออกเป็น
5 รูปแบบ ตามประเภทของการประเมินผล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แบบประเมินที่ 1 แบบประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมอบรม
ใช้วัดความคิดเห็นของพนักงานที่เข้าร่วมอบรมทั้ง 6 โมดูล เกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
เช่น เนื้อหา วิธีการจัดการฝึกอบรม ความน่าสนใจของกิจกรรม สื่อประกอบการเรียนรู้
และบรรยากาศในการฝึกอบรมโดยรวม การประเมินแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง พึงพอใจมาก

3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง พึงพอใจเล็กน้อย

1 หมายถึง ไม่พึงพอใจเลย

แบบประเมินที่ 2 แบบประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม ใช้สำหรับ
วัดความรู้สึกรู้สึกของพนักงานที่เข้าร่วมอบรมว่า เนื้อหาของแต่ละโมดูลมีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน
จริงมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาความสามารถในการนำไปประยุกต์ใช้ ความสอดคล้องกับ
ลักษณะงาน และการพัฒนาทักษะในการทำงาน โดยการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง เป็นประโยชน์มากที่สุด

4 หมายถึง เป็นประโยชน์มาก

3 หมายถึง เป็นประโยชน์ปานกลาง

2 หมายถึง เป็นประโยชน์เล็กน้อย

1 หมายถึง ไม่มีประโยชน์เลย

แบบประเมินที่ 3 แบบประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงาน
รอบเข้าได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม ใช้วัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ได้รับ
บริการจากพนักงานรอบเข้า กลุ่มทดลองหลังจบการอบรมครบทั้ง 6 โมดูล โดยออกแบบ

เพื่อสะท้อนประสบการณ์ตรง เช่น ด้านการสื่อสาร ความสุภาพ ความใส่ใจ และความพึงพอใจ
ในภาพรวม การประเมินใช้มาตราส่วนความคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง พึงพอใจมาก

3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง พึงพอใจเล็กน้อย

1 หมายถึง ไม่พึงพอใจเลย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบทดสอบทั้ง 3 แบบ ทั้งการวิเคราะห์ และความพึงพอใจ
ของโปรแกรมฝึกอบรม ความเหมาะสมของโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล เพื่อยกระดับคุณภาพ
การบริการแก่ลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบทดสอบทั้ง 3 ประเภท ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์
เชิงปริมาณ โดยคำนวณ ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) เพื่อแปลผลความคิดเห็น ความมั่นใจ ความพึงพอใจ
และการประเมินผลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมฝึกอบรม โดยการแปลผลใช้แนวทางที่เหมาะสม
กับประเภทของข้อมูล ได้แก่ แนวทางการแปลค่าคะแนนจากแบบทดสอบ (Likert scale)
และ เกณฑ์การแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ย จากแหล่งอ้างอิงที่ได้รับการยอมรับทางวิชาการ ดังนี้

แบบประเมินที่ 1 ความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมอบรม ข้อมูลที่วัดความพึงพอใจ
ของพนักงานที่เข้าร่วมอบรมใช้การแปลผลเช่นเดียวกับแบบที่ 5 โดยอิงตามช่วงคะแนนของ
ณัฐวุฒิ วงศ์เจริญ (2562)

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง พึงพอใจเล็กน้อย

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 0.51-1.50 หมายถึง ไม่พึงพอใจเลย

ผลคะแนนหากมีค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 3.51 คะแนนขึ้นไป ถือว่าโปรแกรมฝึกอบรมได้รับการ
การตอบรับในเชิงบวกจากพนักงาน

แบบประเมินที่ 2 ความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม การแปลผลในประเด็น
เกี่ยวกับประโยชน์ของเนื้อหาต่อการปฏิบัติงานจริง ใช้เกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยตามแนวทางของ
ณัฐวุฒิ วงศ์เจริญ (2562) ซึ่งให้ช่วงคะแนนที่ละเอียดสำหรับการวิจัยด้านการบริหาร หากมีค่าเฉลี่ย
ตั้งแต่ 3.51 คะแนนขึ้นไป จะถือว่าโปรแกรมมีความเป็นประโยชน์ในระดับดี

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง เป็นประโยชน์มากที่สุด

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง เป็นประโยชน์มาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง เป็นประโยชน์ปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง เป็นประโยชน์เล็กน้อย

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 0.51-1.50 หมายถึง ไม่มีประโยชน์เลย

ผลคะแนนหากมีค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 3.51 คะแนนขึ้นไป ถือว่าโปรแกรมฝึกอบรมได้รับการตอบรับในเชิงบวกจากพนักงาน ที่ถือว่าโปรแกรมฝึกอบรมเป็นประโยชน์ต่อพนักงาน

แบบประเมินที่ 3 ประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเข้าได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากลูกค้าชาวจีนจำนวน 150 คน โดยใช้เกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยจาก ฌ็อง-ฌัก เซอร์นันทน์ (2561) ซึ่งเหมาะสมกับการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ หากได้คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 คะแนนขึ้นไป ถือว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับดี

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง พึงพอใจเล็กน้อย

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 0.51-1.50 หมายถึง ไม่พึงพอใจเลย

เมื่อทำการประเมินเสร็จ ผลการประเมินหากได้คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 คะแนนขึ้นไป ถือว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับดี

การสรุปรายงานการใช้โปรแกรมฝึกอบรม

การสรุปรายงานผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมในครั้งนี้ จัดทำขึ้นภายหลังจากที่พนักงานกลุ่มทดลองรอบเข้าได้เข้าร่วมการอบรมครบทั้ง 6 โมดูล ตามลำดับที่วางไว้ โดยผลจากการประเมินโปรแกรมฝึกอบรมถูกสะท้อนผ่านแบบประเมินทั้ง 5 รูปแบบ ซึ่งครอบคลุมการพิจารณาความมั่นใจของพนักงาน ประโยชน์ใช้สอย และระดับความพึงพอใจจากทั้งพนักงานและลูกค้าชาวจีน ที่เข้ารับบริการจากพนักงานหลังการฝึกอบรม แบบประเมินทั้ง 6 แบบ ประกอบด้วย

1. แบบประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมอบรม ดำเนินการหลังจากจบการฝึกอบรมครบทั้ง 6 โมดูล เพื่อสะท้อนความพึงพอใจต่อเนื้อหา วิธีการอบรม สื่อการสอน และบรรยากาศในการเรียนรู้ พร้อมเปิดโอกาสให้เสนอข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

2. แบบประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม ดำเนินการภายหลังจบการอบรมทั้ง 6 โมดูล เพื่อประเมินว่า พนักงานสามารถนำความรู้จากแต่ละโมดูลไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริงได้มากน้อยเพียงใด

3. แบบประเมินประเมินผลกระทบเชิงบวก หลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเช้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม ใช้เก็บข้อมูลจากลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการจากพนักงานกลุ่มทดลอง เพื่อวัดประสิทธิผลและความพึงพอใจที่ได้รับหลังการอบรม เช่น ความสุภาพ ความใส่ใจ การสื่อสาร และความประทับใจโดยรวม

ผลจากทั้ง 3 แบบประเมินนี้ เป็นข้อมูลสำคัญในการสะท้อนผลลัพธ์ของการพัฒนาโปรแกรม และถูกนำมาใช้ประกอบการสรุปเพื่อชี้วัดระดับความสำเร็จของโปรแกรมในมิติของการยกระดับคุณภาพการบริการของพนักงาน และประสบการณ์ของลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรม

สรุปท้ายบทที่ 3

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่สามารถยกระดับคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าชาวจีน ในบริบทของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร กระบวนการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ อย่างเป็นระบบ ได้แก่

ระยะที่ 1 ศึกษาสถานการณ์ด้านการฝึกอบรม และวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากเอกสาร ทฤษฎี และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อค้นหาสถานการณ์ความต้องการที่แท้จริงของพนักงาน และลูกค้าชาวจีนด้านการฝึกอบรม

ระยะที่ 2 พัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมจากผลการวิเคราะห์ในระยะที่ 1 โดยออกแบบเป็น 6 โมดูล และตรวจสอบคุณภาพโปรแกรมโดยผู้เชี่ยวชาญ ความเหมาะสม และเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม

ระยะที่ 3 ทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมกับกลุ่มพนักงานทดลอง จำนวน 30 คน ที่ปฏิบัติงานรอบเช้าใน 4 แผนกหลักของโรงแรม

ระยะที่ 4 ประเมินผลการฝึกอบรมทั้งในด้านผลสัมฤทธิ์และระดับความพึงพอใจผ่านแบบทดสอบทั้ง 3 รูปแบบ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 2) พัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 3) ทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร และ 4) ประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร การทดลองใช้งานวิจัยนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) โดยแบ่งกระบวนการวิจัยออกเป็น 4 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาศภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม

ระยะที่ 2 ผลการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

ระยะที่ 3 ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม

ระยะที่ 4 ผลการประเมินและปรับปรุงผลโปรแกรมฝึกอบรม

ขั้นตอนการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาศภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเชิงคุณภาพในบริบทของโรงแรม ที่ให้บริการลูกค้าชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร พบข้อค้นพบสำคัญใน 2 ด้าน ได้แก่

1. ข้อค้นพบด้านปัญหา โรงแรมยังไม่มีระบบการฝึกอบรมเฉพาะสำหรับการบริการลูกค้าชาวจีน อีกทั้ง พนักงานยังขาดความสามารถในการใช้ภาษาจีนสื่อสารได้อย่างมั่นใจ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการบริการยังไม่แพร่หลาย และการตอบสนองต่อสถานการณ์เฉพาะหน้าขาดระบบและความมั่นใจ สุดท้าย คือ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะกลยุทธ์การขาย

2. ข้อค้นพบด้านความจำเป็นในการพัฒนา ความจำเป็นในการพัฒนาทักษะด้านการบริการที่เข้าใจบริบทของลูกค้าชาวจีน การเสริมทักษะด้านการสื่อสารภาษาจีนเบื้องต้น การใช้เทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัย การฝึกฝนการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างมีระบบ การออกแบบกลยุทธ์การขายที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมจีน

ระยะที่ 2 ผลการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม จากข้อค้นพบในระยะที่ 1 ซึ่งสะท้อนปัญหา และความต้องการฝึกอบรมของการให้บริการลูกค้าชาวจีนในโรงแรม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าว มาพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ โดยออกแบบให้ครอบคลุม 6 โมดูลหลัก ซึ่งเชื่อมโยงกับปัญหาและความจำเป็นในการพัฒนาทักษะของพนักงาน อย่างสอดคล้อง

ในระยะนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของโปรแกรมฝึกอบรม โดยใช้กระบวนการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีประสบการณ์ตรงด้านการบริการโรงแรม การฝึกอบรมพนักงาน และความเข้าใจในพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีน โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุง ความสมบูรณ์ของโครงสร้างโปรแกรมให้เหมาะสมกับการนำไปใช้จริงในภาคสนาม หลังจาก การปรับปรุงตามคำแนะนำของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมินความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิอีกกลุ่มหนึ่ง จำนวน 8 คน ผลที่ได้รับ คือ โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล

ระยะที่ 3 ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม โดยทำการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม ภายใต้อาณัติ 70: 20: 10 Model ที่เน้นการปฏิบัติงานจริงในสัดส่วนที่มากกว่าการเรียนรู้ด้วยทฤษฎี โดยนำไปใช้จริงกับกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานในโรงแรม และมีแบบทดสอบ คือ 1) แบบทดสอบ ความมั่นใจก่อนเข้ารับการฝึกอบรม และ 2) แบบทดสอบความมั่นใจหลังเข้ารับการฝึกอบรม

ระยะที่ 4 การประเมินและปรับปรุงผลโปรแกรมฝึกอบรม โดยทำการประเมิน จากแบบทดสอบทั้ง 3 แบบทดสอบ คือ 1) แบบทดสอบความพึงพอใจของพนักงานที่เข้ารับการฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล 2) แบบทดสอบความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรมจากพนักงาน กลุ่มทดลอง จำนวน 30 คน และ 3) แบบทดสอบผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับการ หลังพนักงานรอบเข้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม

เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในบทที่ 4 ได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น รายละเอียดต่อไปนี้ แสดงสัญลักษณ์ทางสถิติที่ปรากฏในรายงาน พร้อมคำอธิบายความหมาย อย่างเป็นระบบ

$\bar{X}$	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
N	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Number of samples)
t	ค่าทดสอบทางสถิติแบบ t-test (t-value)
df	ค่าความอิสระ (Degrees of freedom)

p	ค่าความน่าจะเป็นที่ใช้พิจารณาระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value)
$\sum d$	ผลรวมของค่าความแตกต่างระหว่าง Pre-test และ Post-test
$\sum d^2$	ผลรวมของค่าส่วนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง ใช้วัดการกระจายของค่าความแตกต่าง
%	ค่าร้อยละ (Percentage)
> / <	มากกว่า/ น้อยกว่า (ใช้เปรียบเทียบค่าทางสถิติ เช่น $p < .05$)
การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การทดสอบแบบ Paired sample t-test เพื่อเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการอบรมในแต่ละโมดูล โดยพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญที่ $p < .05$	

ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าชาวจีนในโรงแรม จากลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรม พนักงานแผนกต้อนรับ พนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม พนักงานแผนกแม่บ้าน พนักงานแผนกขาย ผู้จัดการแผนกต้อนรับ ผู้จัดการแผนกขาย และผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ผ่านการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) โดยใช้โปรแกรม ATLAS.ti เพื่อช่วยในการแยกกลุ่มคำ สกัดประเด็นหลัก และจัดกลุ่มข้อมูลเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการบันทึกเสียงและถอดเทปสัมภาษณ์อย่างละเอียด จากนั้น นำข้อมูลเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญ โดยแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ตามลำดับขั้นตอนของการวิเคราะห์ในระยะที่ 1 การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) การสรุปข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล 17 คน ซึ่งมีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าชาวจีนโดยตรง และ 2) การจัดหมวดหมู่เนื้อหาเชิงวิเคราะห์ตามโครงสร้างธีมที่ได้จากข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ตารางที่ 11 ส่วนที่ 1 รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูล

ลำดับที่	แผนก	กำหนดแทนค่า
1	พนักงานแผนกต้อนรับ	P1
2	พนักงานแผนกต้อนรับ	P2
3	พนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม	P3
4	พนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม	P4

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ลำดับที่	แผนก	กำหนดแทนค่า
5	พนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม	P5
6	พนักงานแผนกแม่บ้าน	P6
7	พนักงานแผนกแม่บ้าน	P7
8	พนักงานแผนกขาย	P8
9	พนักงานแผนกขาย	P9
10	หัวหน้าแผนกต้อนรับ	P10
11	หัวหน้าแผนกขาย	P11
12	หัวหน้าแผนกอาหารและเครื่องดื่ม	P12
13	ลูกค้าชาวจีน	P13
14	ลูกค้าชาวจีน	P14
15	ลูกค้าชาวจีน	P15
16	ลูกค้าชาวจีน	P16
17	ลูกค้าชาวจีน	P17
รวมทั้งสิ้น		17

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 11 รายละเอียดและจำนวนผู้ให้ข้อมูลในส่วนที่หนึ่ง จำนวนทั้งสิ้น 17 คน โดยแบ่งเป็นพนักงานแผนกต้อนรับ 2 คน พนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม 3 คน พนักงานแผนกแม่บ้าน 2 คน พนักงานแผนกขาย 2 คน หัวหน้าแผนกต้อนรับ 1 คน หัวหน้าแผนกขาย 1 คน หัวหน้าแผนกอาหารและเครื่องดื่ม 1 คน และลูกค้าชาวจีน 5 คน

ตารางที่ 12 ส่วนที่ 2 ตารางสรุปหมวดหมู่การวิเคราะห์เนื้อหา

ประเด็นหลัก (Theme)	หมวดหมู่หลัก (Category)	รหัสเนื้อหา (Code)
1. หลักการพื้นฐาน ด้านการให้บริการ ที่เป็นเลิศสำหรับ ลูกค้าชาวจีน	1.1 การให้บริการ ลูกค้าอย่างเต็มที่	1.1.1 การใส่ใจในรายละเอียดความต้องการ ของลูกค้า 1.1.2 การกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือลูกค้า 1.1.3 การให้ความสำคัญกับความรู้สึก ของลูกค้า
	1.2 การเห็นลูกค้า มีความสุข	1.2.1 การมีความสุขที่ได้ให้บริการแก่ลูกค้า 1.2.2 การรับรู้ถึงความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความสำเร็จของงาน
	2.1 การสื่อสาร กับลูกค้าชาวจีน	2.1.1 ความต้องการพัฒนาตัวเอง ด้านการสื่อสารกับลูกค้า 2.1.2 ปัญหาการสื่อสารที่ทำให้เข้าใจลูกค้า คลาดเคลื่อน
	2.2 การใช้ภาษาจีน เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพ การให้บริการ	2.2.1 การใช้ภาษาจีนเพื่อสร้าง ความประทับใจ 2.2.2 การใช้ภาษาจีนเพื่อให้บริการได้ตรง ตามความต้องการ
	3.1 การใช้เทคโนโลยี เพื่อการสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพ	3.1.1 การใช้ WeChat, Line OA, Xiaohongshu และ Dianping ในการสื่อสารและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า
	3.2 การใช้เทคโนโลยี เพื่อสร้าง ความประทับใจ ส่วนบุคคล	3.2.1 การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อเสนอ สิทธิพิเศษแบบเฉพาะตัว 3.2.2 การส่งคำขอบคุณ หรือแบบทดสอบ หลังเข้าพักรับผ่านระบบอัตโนมัติ

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ประเด็นหลัก (Theme)	หมวดหมู่หลัก (Category)	รหัสเนื้อหา (Code)
4. การฝึกทักษะ การให้บริการ ที่เป็นเลิศกับลูกค้า ชาวจีน	4.1 การให้บริการ	4.1.1 การใช้ข้อมูลลูกค้า เพื่อเสนอ
	เกินความคาดหวัง	สิทธิพิเศษแบบเฉพาะตัว
	ด้วยรายละเอียด	4.1.2 การจัดเตรียมความพร้อมของ
	ของลูกค้า	การให้บริการตามที่ลูกค้าเคยได้รับ
5. การเปลี่ยนปัญหา เป็นความประทับใจ ให้ลูกค้าชาวจีน	4.2 การสร้าง	4.2.1 การออกแบบบริการให้ตรงกับ
	ประสบการณ์	ความคาดหวังเฉพาะของแต่ละบุคคล
	ที่ตอบโจทย์	4.2.2 การกล่าวทักทายลูกค้าชาวจีน
	เฉพาะบุคคล	แบบเป็นกันเองด้วยภาษาจีน
6. กลยุทธ์การให้บริการ เพื่อสร้าง ความประทับใจ สำหรับการขาย สำหรับลูกค้าชาวจีน	ของลูกค้านักชาวจีน	
	5.1 การรับฟัง	5.1.1 การฟังอย่างตั้งใจและแสดงออก
	และควบคุม	ด้วยภาษาที่ที่เปิดใจ
	อารมณ์	5.1.2 การควบคุมน้ำเสียง สีหน้า และ
6.1 การเข้าใจ	การเสนอ	การตอบสนองอย่างมืออาชีพ
	แนวทางแก้ไข	5.2.1 การเสนอทางเลือก หรือชดเชย
	ปัญหา	ที่เหมาะสม
	อย่างสร้างสรรค์	5.2.2 การติดตามผลหลังการแก้ไข
6.2 กลยุทธ์การขาย	6.1 การเข้าใจ	เพื่อเสริมความมั่นใจให้ลูกค้า
	และโปรโมชั่น	6.1.1 การวิเคราะห์ลูกค้าชาวจีนในแต่ละ
	ที่ตรงใจ	ช่วงวัย
		6.1.2 การสังเกตพฤติกรรมการใช้
6.2.1 การออกแบบแคมเปญที่ตอบ โจทย์ต่อ	พฤติกรรม	เทคโนโลยีและ โอกาสทางการขาย
	ของลูกค้าชาวจีน	ของลูกค้าชาวจีน
	ยุคใหม่	
6.2.2 การใช้แพลตฟอร์มจีนในการสื่อสาร	6.2 กลยุทธ์การขาย	6.2.1 การออกแบบแคมเปญที่ตอบ โจทย์ต่อ
	และโปรโมชั่น	พฤติกรรมลูกค้าจีน
	ที่ตรงใจ	6.2.2 การใช้แพลตฟอร์มจีนในการสื่อสาร
		เพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

จากตารางที่ 12 เป็นการสรุปปริมาณจากข้อมูลที่ทำการศึกษาเชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน การให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีนนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นจากการทำงานตามหน้าที่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการทำงานที่ต้องผสมผสานและสื่อสารกันในทีมงานเพื่อแสดงให้ลูกค้าชาวจีนได้เห็น และสัมผัสได้ว่า พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ ใส่ใจในรายละเอียดและเข้าใจพฤติกรรม วัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีนได้เป็นอย่างดี ซึ่งทั้งหมดเพื่อให้การบริการแก่ลูกค้าชาวจีน ได้อย่างประทับใจและตรงตามความต้องการมากที่สุด ถึงจะขึ้นชื่อได้ว่าเป็นการให้บริการที่เป็นเลิศ โดยมี 2 หมวดหมู่หลัก และ 5 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

1.1 การให้บริการลูกค้าอย่างเต็มใจ การบริการ คือ หัวใจหลักสำคัญของงานโรงแรม ดังนั้น หากเป็นการให้บริการแบบโดยทั่วไป ลูกค้าก็อาจสัมผัสได้ว่า พนักงานนั้นไม่ได้ให้สิ่งที่ลูกค้าต้องการ โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีนที่มีความคาดหวังและมีความต้องการเฉพาะตัว พนักงานจึงต้องมีใจรักที่จะบริการ รักในงานบริการ และมีความใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้าให้มากที่สุด พร้อมแสดงความกระตือรือร้นในการอยากที่จะให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน โดยคำนึงถึงความรู้สึกลูกค้าอย่างลึกซึ้ง เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าของโรงแรมทุกคนโดยเฉพาะลูกค้าชาวจีน จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า แนวทางการให้บริการอย่างเต็มใจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

1.1.1 การใส่ใจในรายละเอียดความต้องการของลูกค้า ความใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้า ถือเป็นเสน่ห์ของงานบริการ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง การที่พนักงานมองเห็นความต้องการของลูกค้าโดยที่ลูกค้าไม่ต้องร้องขอ และพนักงานพร้อมทำให้ แม้จะเป็นสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น การช่วยเหลือของ เปิดประตูให้ สิ่งเหล่านี้ แม้เป็นเพียงการช่วยเหลือเล็กน้อย แต่มันเป็นเสน่ห์ของงานบริการอย่างแท้จริง การให้บริการที่ไม่ต้องร้องขอ การให้บริการแบบลูกค้าสัมผัสได้ว่าเป็นการบริการที่มาจากใจ เป็นการบริการที่เต็มใจ สิ่งเหล่านี้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการบริการที่เป็นเลิศ คือ ความใส่ใจในรายละเอียดเล็กน้อยของพนักงานที่มีต่อลูกค้า โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 6 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...วันก่อน ลูกค้าถือช่อดอกไม้มาใหญ่มาก ๆ แล้วหนูกับพี่เบลก็วิ่งไปช่วยถือ แล้วถามว่า ให้ช่วยไหม เราจะเอาไปใส่แจกันให้ ลูกค้าก็บอกว่า วันนี้ วันเกิดภรรยาเขา เราก็เลยไปช่วยกันจัดตกแต่งห้องให้ ลูกค้ากลับมาจากข้างนอก Happy ใหญ่เลยล่ะ....//....ลูกค้านั่งรอที่ล็อบบี้ นานมาก แล้วเราก็เห็นเขาเดินไปมาหลายรอบเลยเข้าไปถาม ลูกค้าพูดอังกฤษไม่ได้ เราก็ช่วยกัน ทั้งเปิดแอปโทรศัพท์และคุยภาษามือกัน สุดท้าย คือ มีตัวบิน 6 โมงเย็น แต่ตอนนี้น่าจะ 2 กว่าแล้ว

ลูกค้ายกแล้วไม่ทันเครื่อง กลัวตกเครื่อง เราก็เรียก Taxi ให้เลยละ ลูกค้า 2 คน ผู้หญิงดีใจมาก กอดเรากันใหญ่เลย.....พวกหนูบางทีก็ยุ่งนะคะ อยากช่วย ก็อยากช่วย แต่งานพวกหนูก็ไม่ทัน บางทีก็ต้องแบบปล่อยเลยตามเลย แบบแกล้งมองไม่เห็นลูกค้าที่เดินไปเดินมาหน้าเพื่อนที่ เพื่อให้งานตัวเองเสร็จ ไม่งั้นลูกค้าก็พอเราทักมองตา ก็เดินมาหาเลยละคะ แบบนี้ทุกราย..... คุณนานคะ ยังเป็นลูกค้าชาวจีนด้วยนะคะ ถ้าเริ่มได้คุณนะ ยาวคะ แบบก็ต้องสะกิดกันว่า ให้น้อง ที่อยู่รอบเดียวกันเป็นคนคุยไปเลยหนึ่งคน ไม่งั้นงานอื่นไม่เสร็จ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P1, สัมภาษณ์, 2567)

“...ลูกค้าเขาขอห้องพักติดกันเพราะมาด้วยกัน แต่ห้องเราแน่นมากและเต็มด้วย แต่พอเราอธิบายให้ลูกค้าทราบ ลูกค้าก็เข้าใจ แต่เห็นแล้วแหละว่าแบบไม่พอใจนัก เราก็รับบอกว่า จะเช็กห้องให้ และสุดท้ายก็ย้ายลูกค้าที่ยังไม่เข้าพักไปไว้ชั้นอื่นแทน เอาห้องลูกค้ากับเพื่อน มาเป็นห้องติดกันชั้นเดียวกัน แบบนี้ก็เล็กน้อยง่าย ๆ แต่ก็รู้สึกได้ว่า ลูกค้ามีความสุขมาก เราก็รับรู้ ด้วยเหมือนกันคะว่า เขามีความสุขแล้ว.....มันจะมีน้องหน้าเพื่อนที่ที่มาใหม่แบบเพิ่งจบมา นางไฟแรง อยากคุยกับลูกค้าคนจีนมาก พวกหนูก็ปล่อยนะคะ แบบลองได้เลย สุดท้ายก็ไปไม่รอด รู้แต่ภาษาที่พูด แต่แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าไม่ได้ พวกหนูก็ต้องรีบเข้าช่วยก่อนที่ลูกค้าจะเหวี่ยง กลับมา...//...พี่เบลนี่แหละคะตัวดี ตัวดีเลย เพราะพวกพี่เขาพูดจีนได้ ก็จะคอยเดินเป็นล๊อบบี้ เมนเนเจอร์ คอยพูด คอยช่วยคนจีนเรียกรถ บอกทาง ยกกระเป๋า ถ้าไม่มีพี่เบล โรงแรมคงแย่...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...ด้วยความที่เป็นคนจีน ด้วย ในส่วนของตัวผมเองที่เป็นพนักงานเสิร์ฟ เขาอาจจะขุ่นข้องหมองใจ หรือเขาอาจจะมึนงงมารยาทที่ค่อนข้างที่จะไม่ค่อยสุภาพเรียบร้อย เหมือนกับประเทศอื่นนะครับ ตรงเนี่ย เมื่อเพื่อนพนักงานที่เราคลุกคลีด้วยกันนะครับ ก็มีคนที่ ไม่โอเคกับคนจีนอยู่บ้างครับ แต่เราก็พยายามเรียนรู้ว่า คือ มันคือวัฒนธรรมของเรา ก็คือความเป็น ของคนจีนอย่างกันอยู่แล้วครับ ก็ค่อยปรับตัวคนจีนไปครับ...//...ผมก็คอยบอกน้อง ๆ เพื่อนร่วมงาน นะครับ คือ ยิ่งตอนนี่ลูกค้าเราน้อยลงเยอะมาก ให้ช่วยกันบริการให้ดี โดยไม่ต้องแบ่งแยกว่า เป็นลูกค้าชาติอะไร เพราะลูกค้าทุกคน คือ คนจ่ายเงินเดือนให้เรา...”

(ผู้ให้ข้อมูล P4, สัมภาษณ์, 2567)

“...พวกเรามาที่นี้บ่อย ชอบตรงที่ทุกอย่างสะดวกสบาย เดินทางง่าย ใกล้ร้านค้า 7 อีเลฟเว่น และใกล้รถไฟฟ้า MRT มาที่นี้ทุกครั้งเราชอบชั้น 7 ห้องพักเรากว้าง และคาเฟ่ มีสระว่ายน้ำให้เราไปใช้ โดยรวมที่นี้ดี เราชอบกัน ถ้ามากรุงเทพฯ ก็จะเลือกที่นี้แหละ ไม่ใช่เพราะ ค่าห้องที่ไม่แพงนะ แต่ชอบพนักงานที่นี้คุยง่าย และขออะไรจัดให้ทันที...”

(ผู้ให้ข้อมูล P17, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สามารถสะท้อนให้เห็นประเด็นสำคัญ ในเชิงระบบเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานโรงแรม โดยเฉพาะในด้านการใส่ใจรายละเอียด ความต้องการของลูกค้าชาวจีน ซึ่งพบว่า มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของพนักงานแต่ละคน ทั้งในแง่ของทัศนคติ ประสิทธิภาพ และความเข้าใจในงานบริการ แม้จะมีพนักงานบางกลุ่ม ที่สามารถมองเห็นและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้โดยไม่ต้องร้องขอ แต่ก็ยังพบพนักงาน จำนวนหนึ่งที่เลือกละเลย หรือตัดสินใจไม่เข้าไปมีส่วนร่วม เนื่องจากการะงาน หรือความไม่มั่นใจ ในสถานการณ์ จึงสะท้อนให้เห็นถึงการขาดมาตรฐานร่วมด้าน “ความใส่ใจในรายละเอียด” และยังมีความไม่สอดคล้องกันของพฤติกรรมบริการระหว่างพนักงานที่มีประสิทธิภาพ กับผู้ที่ยังขาดทักษะในการปฏิบัติงานจริง นอกจากนี้ ยังพบว่า การเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้า ชาวจีนยังอยู่ในระดับส่วนตัว คือ อาศัยประสบการณ์ส่วนตัวมากกว่าความรู้ หรือแนวทาง ที่เป็นระบบ

จากข้อค้นพบเหล่านี้ จึงเห็นได้ชัดว่า องค์กรมีความจำเป็นต้องพัฒนาแนวทางการฝึกอบรมที่สามารถปลูกฝังจิตบริการ (Service mind) ให้เกิดขึ้นในระดับลึก รวมถึง การฝึกทักษะการสังเกต และคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและเป็นธรรมชาติ และควรออกแบบกรณีศึกษา หรือสถานการณ์จำลองเพื่อฝึกการตัดสินใจและการรับมือ กับสถานการณ์จริงอย่างมั่นใจและมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นพื้นฐานสำคัญของการบริการที่เป็นเลิศ สำหรับลูกค้าชาวจีนในบริบทของโรงแรม

1.1.2 การกระตุ้นหรือรื้อฟื้นที่จะช่วยเหลือลูกค้า บางครั้งความสุขของการให้บริการ แก่ลูกค้า ไม่ได้มุ่งหวังเพียงแค่ผลตอบแทนที่เป็นเงิน หรือที่เราเรียกว่าทิปเท่านั้น แต่หลายครั้งที่ความรู้สึกมีความสุข คือ การได้เห็นรอยยิ้มของลูกค้าที่เกิดจากงานบริการที่พนักงานบริการได้ ให้บริการแบบตั้งใจและกระตือรือร้น เช่น การเร่งทำความสะอาดห้องพักให้ลูกค้า แม้ยังไม่จำเป็นต้องเร่ง โดยที่การเร่งและกระตือรือร้นนั้นไม่มีความจำเป็นที่ต้องทำ เพราะยังไม่ถึง เวลาเข้าพักของลูกค้า แต่เมื่อเร่งห้องเสร็จ เห็นรอยยิ้มของลูกค้า พนักงานก็ยิ้มได้ และเกิดความรู้สึก มีความสุขที่ได้ทำให้ลูกค้ามีความสุข พร้อมทั้งเกิดแรงบันดาลใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น ความกระตือรือร้น โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 6 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...แล้วก็บางที อย่างเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่ที่เบลวิ่งไปเรียกรถให้ลูกค้าจากปากซอยค่ะ ฝนตก ๆ กลัวลูกค้าเปียก เลยวิ่งไปเรียกให้พ่อแม่ลูกชาวจีน 3 คนพอรถมาถึง พวกหนูได้ทิปคนละ 500 กับที่เบล 2 คน แบบทำโดยไม่ได้หวังผลนะคะ รู้สึกดีมากเลยตอนนั้น...//...เรื่องเรียกรถ หรือ ยกของให้ลูกค้านี้ ที่เบลเราเป็นที่หนึ่งเลย ไม่ต้องสอน ไม่ต้องบอกกันแล้ว คือ ทุกคนรู้งาน...//...

หัวหน้าเคสสอนไว้ด้วยนะ แบบวิ่งให้ล้มต่อหน้าไปก่อนปิดประตูแล้วจะคลานก็ไม่ว่า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่ารารีบให้เขา...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...อย่างลูกค้าคนจีนที่ลงมาทานอาหารเช้านะครับ ก็ ของในไลน์อาหารเช้า ต้องพร้อมมาก บางอย่างหมดไว เราต้องรีบเติมเลยครับ เพราะคนจีนมาถึงก็จะรุม ๆ อย่างที่เขาชอบทานกันครับ เราเคยไม่ทันลูกค้าก็คอมเพลน เราเลยแก้ด้วยการดูจำนวนลูกค้าคนจีน โดยเฉพาะ ก่อนเก็บไลน์อาหาร 1 ชั่วโมง รู้เลย ต้องเตรียมพร้อมมากครับหมดปั๊บ เติมปั๊บทันทีครับ...//...ก็มีนะครับบางทีก็ต้องรีบเร่งทำให้ทันอารมณ์ลูกค้า แต่พออยู่ในครัวก็พักบ้าง รับผิดชอบก็ไม่ไหว...//...วันไหนที่มีลูกค้าชาวจีนเข้าพักเยอะ ๆ ผมจะต้องจัดตารางการทำงานใหม่เลยครับ เพื่อให้ทันต่อความต้องการ เพราะเคยมีเหตุการณ์แบบเสิร์ฟให้บริการไม่ทัน ลูกค้าคอมเพลนหนักมากเลยครับ ดังนั้น สำคัญมากที่ทำได้ให้ทันกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P4, สัมภาษณ์, 2567)

“...เร่งค่ะ เร่งมาก โดยเฉพาะหน้าฟรอนท์โทรเร่งห้องพวกหนูมาก คือ เข้าพัก บ่ายสองนะคะ แต่บ่ายโมงโทรเร่งห้องแล้ว หนูก็ไม่รู้จะเร่งทำไม บอกลูกค้าก็น่าจะได้ว่าเข้าพัก บ่ายสอง...//...อีกเรื่อง คือ เรื่องเช็กมินิบาร์ตอนเช็กเอาท์ อันนี้ก็เร่งค่ะ บางทีหนูอยู่ฟลอร์ 3 ให้เช็ก 710 บอกจะเอาเลย ลูกค้ารออยู่ รอลิฟท์ก็ไม่ไหว นาน ก็ต้องบันไดละคะ กว่าจะได้เช็กให้แจ้งกลับ ก็ไม่รู้จะเร่งทำไม...”

(ผู้ให้ข้อมูล P6, สัมภาษณ์, 2567)

จากบทสัมภาษณ์ พบว่า ความกระตือรือร้นของพนักงานในการช่วยเหลือลูกค้า แม้เป็นเรื่องเล็กน้อย เช่น การเร่งทำความสะอาดห้อง การวิ่งเรียกรถ หรือเติมอาหารทันทีที่หมด กลับสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้อย่างมาก โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีนที่ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วและความใส่ใจ อย่างไรก็ตาม ยังมีพนักงานบางกลุ่มที่แสดงความกระตือรือร้นโดยไม่ประเมินสถานการณ์ หรือเร่งโดยไม่จำเป็น ซึ่งอาจนำไปสู่ความเครียดและการบริการที่ไม่สมดุล ข้อมูลเหล่านี้ ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการฝึกอบรม เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการบริการเชิงรุก บนพื้นฐานของการเข้าใจสถานการณ์จริง ควบคู่กับการฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ และการทำงานเป็นทีม เพื่อให้ความกระตือรือร้นนั้นไม่ใช่เพียงการเร่งรีบ แต่เป็นพลังบวกที่สื่อสารถึงความตั้งใจจริงในการดูแลลูกค้าอย่างเหมาะสม

1.1.3 การให้ความสำคัญกับความรู้สึกลูกค้า หัวใจสำคัญของงานบริการ คือ ความรู้สึกของลูกค้า และควรเป็นความรู้สึกประทับใจ จึงขึ้นชื่อได้ว่า เป็นการบริการ ที่พนักงานโรงแรมแสดงออกถึงการให้บริการแบบตอบสนองความต้องการได้อย่างที่ลูกค้า

ต้องการ หรือแม้กระทั่งการปรับยืดหยุ่นกฎระเบียบของโรงแรม เพื่อให้ลูกค้ารับรู้และรู้สึกไม่ดีกับโรงแรม พนักงานโรงแรมหลายคนแสดงให้เห็นถึงความพยายามที่จะสังเกตสีหน้า ท่าทาง และอารมณ์ของลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถตอบสนองได้ทันที ในจังหวะที่เหมาะสม แม้บางครั้ง พนักงานจะต้องทำงานเกินกำลัง หรือเจอกับความเข้าใจผิดจากแขกคนอื่น แต่ทุกคนล้วนยึดถือความรู้สึกของลูกค้าเป็นที่ตั้ง เพราะตระหนักดีว่า ความรู้สึกที่ดีของลูกค้า คือ สิ่งที่จะอยู่กับเขาไปนาน และนั่นคือความสำเร็จของงานบริการที่แท้จริง โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียดจำนวน 7 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...บางทีก็เร่งห้องซะจนข้าวเที่ยงไม่ได้ทานกันเลย เพราะลูกค้ามาถึงเร็ว จะเข้าพัก แม่บ้านก็ต้องเร่งห้องให้ทันลูกค้า กลัวจะรอนาน ทั้ง ๆ ที่รู้จะกะว่า เข้าพักได้บ่าย 2 แต่ลูกค้ามาแล้วก็เร่งให้กะ กลัวลูกค้าเหนื่อยจากการเดินทางแล้วจะอารมณ์ไม่ดี ไม่ประทับใจกับเรา...”

(ผู้ให้ข้อมูล P6, สัมภาษณ์, 2567)

“...หลายครั้งเลยกะ ทำห้องไว้เป็นเตียงคู่ พอลูกค้ามาจะเอาเป็นเตียงใหญ่ เราก็เร่งทำให้ บางทีทำเป็นเตียงคู่ พอมาถึงก็เอาเป็นเตียงใหญ่ เอาจริงพวกหนูก็เหนื่อยนะคะ แต่ก็กลัวลูกค้าจะรอนาน ก็ต้องเรียกเมคฟลอร์อื่นลงมาช่วยกัน เป็นบอยกะ แต่ก็เข้าใจลูกค้า เราทำอะไรได้ ก็ทำให้อยู่แล้วกะ กลัวเขาไม่ Happy ตอนเข้ามาพักกับเราคะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P7, สัมภาษณ์, 2567)

“...แต่ก็มีบางทีนะคะที่เรียกเก็บเงินจากค่าสูบบุหรี่ในห้องพัก แล้วลูกค้าไม่ยอมจ่ายค่าปรับ แม้จะมีป้ายบอกหน้าพร้อมท์ และป้ายแจ้งในห้องตอนเข้าพักเราก็แจ้ง ก็ไม่ยอมจ่ายอยู่ดี บางทีเราก็ต้องปล่อยกะ เพราะอารมณ์ลูกค้าแรงมาก อันไหนทำได้ เราก็ทำ อันไหนไม่ได้ ก็ปล่อยกะ ดูอารมณ์ลูกค้าเป็นหลักถึงจะชนะ ได้เงินค่าปรับ แต่ก็ไม่มีทางชนะ ลูกค้าอยู่ดี เราเลยต้องยอมๆ...//...บอยเลยแหละคะ เรื่องทะเลาะกับแขกแม่บ้าน เรื่องเร่งห้อง เช็คมินิบาร์ คือ เขาไม่เข้าใจว่า งานเราคืออะไร ใจกะ อยู่ต่อหน้าลูกค้าก็ต้องทำให้เขาเห็นว่า เราเร่งให้กะ ไม่ใช่บอกรอจนถึงบ่ายสองโมง ถึงจะเข้าพักได้ แต่ก็นั่นแหละคะเขาก็ไม่เข้าใจอยู่ดี...”

(ผู้ให้ข้อมูล P1, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความรู้สึกของลูกค้าเป็นหลัก แม้จะต้องปรับขั้นตอนการทำงาน หรือรับภาระเพิ่ม เช่น การเร่งจัดห้อง ก่อนเวลา หรือการยืดหยุ่นในบางกรณี เมื่อลูกค้าไม่พอใจ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผิดหวังกับการเข้าพัก พฤติกรรมเหล่านี้ สะท้อนถึงความตั้งใจในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า แม้จะต้องแลกกับความลำบากใจ หรือความขัดแย้งระหว่างแผนก จากประเด็นดังกล่าว จึงมีความจำเป็นในการพัฒนาทักษะการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง พร้อมเสริมการตัดสินใจในสถานการณ์

ที่ยืดหยุ่นได้อย่างมืออาชีพ โดยไม่กระทบต่อมาตรฐานการบริการ ซึ่งสามารถพัฒนาได้ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้จากกรณีศึกษา และสถานการณ์จำลองในบริบทจริงของโรงแรม

1.2 การเห็นลูกค้ามีความสุข ความสุขของลูกค้าเปรียบเสมือนภาพสะท้อนความสำเร็จของการให้บริการ พนักงานโรงแรมหลายคนให้ความสำคัญกับการเห็นรอยยิ้มของลูกค้ามากกว่าสิ่งตอบแทนที่เป็นตัวเงิน เพราะสิ่งเหล่านั้น คือ หลักฐานว่า ความตั้งใจในการให้บริการได้ส่งผลจริงไปถึงใจของลูกค้า การที่ลูกค้าแสดงออกถึงความพึงพอใจ เช่น การกล่าวขอบคุณ การยิ้ม หรือแสดงความประทับใจต่อบริการที่ได้รับ เป็นสิ่งที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าการทำงานของตนมีความหมาย มีพนักงานหลายคนยังยืนยันว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือ เป้าหมายสูงสุดของงานบริการ และเมื่องานที่สามารถสร้างความสุขให้ลูกค้าได้จริง นั่นคือรางวัลที่ดีที่สุดที่พวกเขาคาดหวัง เพราะมันไม่เพียงแต่ทำให้ลูกค้ามีความสุขเท่านั้น แต่ยังส่งต่อพลังใจให้กับผู้ให้บริการ พร้อมทั้งตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่ต่อไปในทุก ๆ วัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

1.2.1 การมีความสุขที่ได้ให้บริการแก่ลูกค้า สำหรับการเป็นพนักงานโรงแรมแล้ว การได้รับความสุขที่เกิดจากการให้บริการแก่ลูกค้า ถือเป็นความสุขที่ได้มากกว่าความสุข นั่นคือ หนีจากการให้บริการ แต่ไม่เสมอไป ทุกคนที่ให้บริการเพื่อหวังได้สิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน เพราะการได้เห็นรอยยิ้มและคำขอบคุณจากลูกค้า และรับรู้ ว่า ลูกค้ามีความสุขจากสิ่งที่พนักงานโรงแรมได้มอบให้นั้น เป็นความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรม เพียงแค่นี้ พนักงานก็มีความสุขเพียงพอแล้ว และมีพลังใจในการทำงานต่อไปอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 7 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...หนูรู้สึกว่า บางอย่างที่เราทำอะไรให้ลูกค้า แม้เป็นสิ่งเล็กน้อยก็จริงนะคะ แต่ตอนที่ลูกค้าได้รับมันแล้วบอกคำว่า Thank you ตัวหนูเองก็รู้สึกพอใจแล้ว ไม่ต้องมีก็ได้ทิป คือ มันบอกไม่ถูกค่ะ อธิบายใจดี คือ บางทีก็แค่เขายิ้ม ๆ มา แล้วก็บอกเฉี๊ยะ เฉี๊ยะ แค่นี้ก็พอแล้ว...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...อีกอย่างนะคะ คนจีนมักจะขอยุ่เรื่อย ๆ เลยกะ แปร่งสีฟันบ้าง ขอเปลี่ยนผ้าเช็ดตัวบ้าง บางทีผ้ายังแห้งอยู่เลยก็ขอเปลี่ยน แต่เราก็ให้นะ เพราะไม่อยากให้เขารู้สึกไม่ดีก็เปลี่ยน ๆ ให้ พอเขาได้ของเขาก็จะเฉี๊ยะ ๆ เรา แล้วก็ยิ้มให้เขา เราก็ได้แต่ยิ้ม ๆ แค่นี้ พวกหนูก็มีความสุขแล้วค่ะ ทิปบางทีก็ได้ บางทีก็ไม่ได้ ก็ไม่เป็นไร...//...แค่เขาบอก Thank you พวกหนูก็ดีใจแล้วค่ะ ตอนทำห้องก็พยายามเต็มที่ให้เขารู้สึกว่า เราตั้งใจทำให้เขามีความสุขที่มาพักกับเรา อะไรให้ได้ เราก็ทำให้...”

(ผู้ให้ข้อมูล P7, สัมภาษณ์, 2567)

“...จริง ๆ ลูกค้าคนจีนส่วนใหญ่มักจะขอเยอะครับ พอส่งขึ้นห้องไปแล้ว
ขอเปลี่ยนห้องบ้างแหละ ขอเปลี่ยนเตียงบ้างแหละ แม้จะเหนื่อยกับการที่ต้องทำให้ลูกค้า
ตามที่ลูกค้าขออะครับ แต่สุดท้าย ตอนที่ลูกค้ายิ้ม เราก็รู้สึกหายเหนื่อยเลยครับ ไม่รู้เป็นไรไม่เข้าใจ
ตัวเองเหมือนกัน...”

(ผู้ให้ข้อมูล P8, สัมภาษณ์, 2567)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่า พนักงานโรงแรม จำนวนมากได้รับพลังใจ
ในการทำงานจากรอยยิ้ม คำขอบคุณ หรือท่าทีพึงพอใจของลูกค้า มากกว่าจากค่าตอบแทน หรือทิป
โดยตรง โดยเฉพาะเมื่อลูกค้าชาวจีนแสดงความขอบคุณอย่างจริงใจ พนักงานจะรู้สึก
ความเหนื่อยจากการให้บริการนั้น “คุ้มค่า” และกลับกลายเป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนา
งานบริการต่อไปด้วยความเต็มใจและทุ่มเทมากยิ่งขึ้น พฤติกรรมเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่า
“ความสุขจากการให้บริการ” คือ หนึ่งในแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของพนักงานบริการ อย่างไรก็ตาม
อารมณ์เชิงบวกนี้ ยังคงเกิดจากประสบการณ์ส่วนตัวของพนักงานเป็นหลัก และอาจไม่เกิดขึ้น
ในกลุ่มที่ยังไม่เข้าใจคุณค่าของการให้บริการอย่างแท้จริง ดังนั้น จึงควรมีการส่งเสริมทัศนคติ
ในการทำงานที่เน้นความสุขของลูกค้าเป็นจุดเริ่มต้น ผ่านกิจกรรมฝึกอบรมที่ช่วยให้พนักงาน
เห็นภาพคุณค่าของงานบริการ ฝึกการใส่ใจ และปลูกฝังเป้าหมายการทำงานที่ลึกกว่าผลตอบแทน
ทางวัตถุ

1.2.2 การรับรู้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความสำเร็จของงาน สำหรับ
พนักงานโรงแรม ความพึงพอใจของลูกค้าไม่ใช่เพียงผลลัพธ์ของการให้บริการเท่านั้น
แต่คือเป้าหมายสูงสุดที่สะท้อนความสำเร็จในการทำงาน พนักงานหลายคนให้ความเห็นตรงกันว่า
แม้จะเหนื่อยกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวจีน ที่บางครั้งมีรายละเอียดมากมาย
แต่เมื่อได้เห็นรอยยิ้ม หรือ ได้ยินคำขอบคุณจากลูกค้า ก็รู้สึกหายเหนื่อย และมีความสุขอย่างแท้จริง
ไม่ว่าจะเป็นการจัดห้องพิเศษในโอกาสพิเศษ เช่น ห้องฮันนีมูน หรือแม้กระทั่งการบริการ
อย่างเรียบง่าย เช่น เสิร์ฟ Welcome drink ด้วยน้ำใจ เมื่อพนักงานสัมผัสได้ว่า ลูกค้ารับรู้
และพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ นั่นคือจุดที่พวกเขารู้สึกว่าหน้าที่ของตน “บรรลุผลสำเร็จ”
และเป็นแรงผลักดันที่ทำให้พวกเขาพร้อมมอบบริการที่ดีอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้ให้ข้อมูล
ได้ให้รายละเอียด จำนวน 8 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...ปกติ เวลาลูกค้าคนจีนมาก็ชอบขอ ขอโน่นขอนี่ จนบางทีพนักงานรำคาญ
แต่สุดท้ายเราก็อาของให้ละครับ และก็ไม่ได้ซักสีหน้าใส่ลูกค้า เพราะเรารู้อยู่แล้วว่าไม่มีลูกค้า
ก็จะไม่มีเรา แต่แค่ช่วงเวลานั้นเลย ๆ ครับ สุดท้ายเมื่อลูกค้าได้ของแล้วก็ยิ้มให้เรา พอเราเห็น

ก็หายโกรธแล้วครับ...//...แค่ตอนเสิร์ฟ *Welcome drink* ลูกค้าได้คัมน์น้ำเย็น ๆ แล้วยิ้มให้ผม ก็รู้สึกว่ามีความสุขแล้วครับ ไม่ต้องให้ทิปก็ได้...”

(ผู้ให้ข้อมูล P5, สัมภาษณ์, 2567)

“...หนูคิดว่านะคะ ตอนที่พวกหนูทำห้อง *Honeymoon* ให้แขกกัน ก็ไม่ได้คิดว่าเขาจะประทับใจอะไรมากมาย แต่พอเขากลับมา หนูได้ยินเสียงกรี๊ดในห้อง แล้วก็เสียงหัวเราะคะ แล้วลูกค้าคนนั้นก็เดินมาหาพวกหนู แล้วก็กอดบอขอบคุณมาก ๆ ตอนแรกพวกหนูก็ตกใจ เขาเดินเข้ามาหาพวกหนูไปที่ห้อง แล้วก็ขอบคุณอีกครั้ง แค่นี้พวกหนูก็ดีใจมากแล้ว ที่เห็นเขามีความสุข...”

(ผู้ให้ข้อมูล P7, สัมภาษณ์, 2567)

“...ผมคิดว่า หลายครั้งเลยครับที่เราให้บริการแก่ลูกค้าโดยที่ไม่ได้คำนึงว่า สิ่งที่เราบริการให้ไปจะเป็นยังไง เพราะเราคิดว่าเราทำตามหน้าที่ให้ดีที่สุด นื่อง ๆ ในทีมของผมหลายคนเลยนะครับ ที่เราบอกว่าไม่ต้องไปคิดมากว่า ผลจะเป็นอย่างไร เพียงทำหน้าที่เราให้ดีที่สุด บริการให้กับลูกค้าแบบสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน แล้วผลลัพธ์จะดีเอง แต่ให้ใส่ใจเป็นพิเศษเพิ่มขึ้นอีกนิดกับลูกค้าชาวจีน เพราะเขาสื่อสารค่อนข้างลำบาก ต้องเข้าใจและเห็นใจลูกค้าให้เยอะ ๆ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P10, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลที่ได้ตอบทสัมภาษณ์ พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือ รางวัลสูงสุดของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นรอยยิ้ม คำขอบคุณ หรือการแสดงออกเล็ก ๆ น้อย ๆ ของลูกค้า ที่สะท้อนถึงความรู้สึกดีที่ได้รับจากการบริการ ล้วนทำให้พนักงานรู้สึกว่าการเหนื่อยที่ลงไปมีความหมาย พวกเขาจึงไม่ได้ทำงานเพียงเพราะหน้าที่ แต่เพราะต้องการเห็นลูกค้ามีความสุขอย่างแท้จริง สิ่งเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จในการให้บริการ ควรถูกนิยามจากมุมมองของลูกค้าเป็นหลัก และพนักงานที่เข้าใจจุดนี้ จะสามารถส่งมอบประสบการณ์ที่ดีได้อย่างสม่ำเสมอ การฝึกอบรมจึงควรเน้นการเสริมสร้างทัศนคติในการทำงาน ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์เชิงคุณค่าทางอารมณ์ เช่น ความพึงพอใจ ความประทับใจ และความรู้สึกผูกพันของลูกค้าต่อโรงแรม ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันให้พนักงานรักษามาตรฐานและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

2. ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน การฝึกอบรมด้านภาษาจีนกลายเป็นความต้องการที่ชัดเจนของพนักงานโรงแรม ในยุคที่ลูกค้าชาวจีนมีบทบาทสำคัญในธุรกิจบริการอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเมื่อลูกค้าส่วนใหญ่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เหมือนกับโรงแรมแห่งนี้ ทำให้การบริการเกิดข้อจำกัดทั้งในเรื่องของความเข้าใจ ความแม่นยำ

และความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า แม้พนักงานส่วนใหญ่มีความตั้งใจในการให้บริการอย่างเต็มที่ แต่ติดปัญหาหลัก คือ “การสื่อสารไม่เข้าใจ” ซึ่งส่งผลต่อความประทับใจของลูกค้าโดยตรง การฝึกอบรมภาษาจีนพื้นฐาน จึงไม่ใช่แค่ทางเลือก แต่เป็น “ทางรอดและกลไกสำคัญ” ที่ช่วยให้การทำงานของพนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด อีกทั้ง ยังสร้างความรู้สึกลึกซึ้งในทุกช่วงเวลาที่ถูกคำเข้าพัก จากการวิเคราะห์เชิงลึก สามารถแบ่งประเด็นสำคัญของการฝึกอบรมภาษาจีนออกเป็น 2 หมวดหมู่หลัก และ 4 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

2.1 การสื่อสารกับลูกค้าชาวจีน การสื่อสารถือเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งกับงานบริการ โดยเฉพาะกับลูกค้าชาวจีน ที่ใช้ภาษาจีนเป็นภาษาหลักของการสื่อสาร ทำให้พนักงานโรงแรมจำเป็นต้องสามารถสื่อสารให้ได้ เพื่อให้การบริการไม่ขาดตกบกพร่อง แต่ปัจจุบันปัญหาด้านการสื่อสารยังคงมีอยู่ และพนักงานจึงมีความต้องการที่จะพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารนี้ เพื่อการช่วยเหลือและให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีนให้ตรงตามความต้องการให้มากที่สุด โดยความต้องการเพียงให้สื่อสารด้านคำศัพท์ ภาษา ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการ หรือคำศัพท์เบื้องต้นเท่านั้น เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างที่ถูกคำต้องการและพึงพอใจมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

2.1.1 ความต้องการพัฒนาตัวเองด้านการสื่อสารกับลูกค้า ปัญหาหลักในโรงแรม คือ การสื่อสารกับลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีน จากปัญหานี้ ทำให้การบริการที่ให้แก่ลูกค้า ไม่ได้ถูกตอบสนองตามความต้องการมาก เพราะพนักงานสื่อสารไม่ได้ดีเท่าที่ควรจะเป็น ทั้งที่พนักงานมีความต้องการที่จะบริการกับลูกค้าอย่างเต็มที่ พนักงานจำนวนมากที่อยากจะให้บริการแก่ลูกค้า แต่ไม่สามารถสื่อสารได้ โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 8 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...ถ้ามีก็ดีนะคะ หนูแหละคนหนึ่งอยากพูดให้ได้เหมือนกับพี่เบลมาก ๆ คือ บางทีก็อยากรู้นะคะว่า ลูกค้าเขาอยากได้อะไร ไม่ต้องมามัวเปิดแอปพีนให้ลูกค้าพูดที หนูพูดที มันช้าจะรำคาญตัวเองด้วย แบบอยากรู้เรื่องเลย ขอแค่รู้เรื่องก็พอ ไม่ต้องถึงขนาดพูดจีนได้แบบเป๊ะ ๆ ก็ได้ เอาแค่ว่า ลูกค้าเขาอยากได้อะไรแบบคำศัพท์ที่เกี่ยวกับโรงแรมก็พอแล้วค่ะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...เพราะว่าปกติเวลามีปัญหาที่ อย่างพวกผมอยู่ห้องอาหารครับ ผมหาใครช่วย ไม่ได้เลย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เวลาที่ Room service เข้า ลูกค้ายก็จะพยายามอธิบาย ผมก็ไม่เข้าใจ สุดท้ายก็ถามหมายเลขห้องแล้วก็ขึ้นไปหาลูกค้านห้องครับ เพื่อที่จะทราบว่า ลูกค้านต้องการอะไร ถ้าผมรู้ภาษาสักหน่อยก็จะดีมาก ๆ คงช่วยได้เยอะขึ้น...”

(ผู้ให้ข้อมูล P5, สัมภาษณ์, 2567)

“...เราก็ให้แขกมาที่รถเมคเลยละ ให้ชี้เลยว่า อยากได้อะไรบ้าง เพราะพูดแล้ว ก็ไม่เข้าใจ ถ้ามีคนมาสอนเราบ้าง ก็จะทำให้พูดคุยกับแขกได้บ้าง อย่างน้อย ๆ ก็ให้เรียกถูกว่า ของใช้ในห้องแต่ละอย่างเรียกว่าอะไร เราก็จะได้เรียกได้ถูก และหยิบให้แขกได้เลย ก็เร็วดีนะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P6, สัมภาษณ์, 2567)

“...พวกหนูใช้แอปบ้าง แล้วก็ใช้มือบ้างละ เพราะหากพวกหนูไม่รู้เรื่องหนัก ๆ ก็จะมีโทรเรียกเพื่อนทำให้คุยให้แทน บางทีเพื่อนที่ก็คุยไม่รู้เรื่อง ต้องให้พี่เบล คนที่พูดจีนได้ขึ้นมา คุยกับลูกค้าแทน ซึ่งบางทีก็นานกว่าจะขึ้นมา คนจีนก็โมโหละ เพราะนาน หากพวกหนูรู้เรื่อง เองบ้าง ก็จะดีขึ้นนะละ เพราะถามได้เลย หยิบให้ลูกค้าได้เลย...”

(ผู้ให้ข้อมูล P7, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า แม่พนักงานโรงแรมจะมีความตั้งใจ ในการให้บริการลูกค้าชาวจีนอย่างเต็มที่ แต่การสื่อสารกลับเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การบริการ ไม่ราบรื่น หลายคนต้องใช้อุปพลีเคชั่น มือชี้ หรือเรียกพนักงานคนอื่นมาช่วยพูดแทน ซึ่งส่งผลกระทบต่อ ความรวดเร็วในการตอบสนอง และทำให้ลูกค้าบางรายรู้สึกไม่พอใจ พนักงานหลายคน จึงแสดงออกอย่างชัดเจนว่า อยากพัฒนาทักษะภาษาจีนขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะคำศัพท์ที่ใช้ในบริบท โรงแรม เช่น การเรียกชื่อสิ่งของ การถาม-ตอบทั่วไป หรือคำอธิบายบริการต่าง ๆ ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการฝึกอบรมภาษาจีนเชิงปฏิบัติ ที่เน้นคำศัพท์และสถานการณ์จริง ที่พนักงานต้องเผชิญในแต่ละแผนก การเรียนรู้ภาษาจีนในระดับที่ “ใช้งานได้ทันที” จะช่วยให้ พนักงานมีความมั่นใจในการสื่อสาร ลดความล่าช้าในการให้บริการ และส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าชาวจีนอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.1.2 ปัญหาการสื่อสารที่ทำให้เข้าใจลูกค้าคลาดเคลื่อน การบริการที่ดี ไม่สามารถ เกิดขึ้นได้เลย หากพนักงานบริการไม่สามารถเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าชาวจีนที่สื่อสารได้ดีเพียงภาษาจีนเท่านั้น แม้พนักงานจะพึ่งพาเครื่องมือที่ช่วยใน การแปลภาษาบ้างตามความจำเป็นเฉพาะหน้า แต่ก็ไม่ได้ช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้ทันที ดังนั้น ทักษะด้านการสื่อสารภาษาจีน จึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ในด้านการให้บริการ

ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 8 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...คือส่วนมากคนจีนจะไม่พูดภาษาอังกฤษเลย พูดจีนอย่างเดียว ให้ใช้โทรศัพท์แปลก็ไม่ทันใจ หากพนักงานเราพูดได้บ้าง ก็จะดีมาก ๆ เพราะมาพร้อมกันหลาย ๆ คนทีเดียว บางที่เราตอบไม่ทัน ก็เดินไปเลยก็มี เลยรู้สึกละไม่ค่อยดี หากให้บริการทันก็จะดีมาก...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...มีอะไรด่วน ๆ หรือคุยไม่รู้เรื่อง พวกหนูก็โทรตามหน้าฟรอนท์อย่างเดียวเลย แหะละคะ ไม่อยากให้เขารอนาน หรือบางทีก็ให้แขกเดินมาชี้เลยจะเอาอะไรบ้าง เร็วสุด แต่ถ้าบางทีของที่ยากได้ไม่ได้มีในรอมเมด ก็รอฟรอนท์ขึ้นมา แต่ส่วนมาก ฟรอนท์ก็จะส่งพี่เบลขึ้นมาคุยกับแขกให้แทนค่ะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P6, สัมภาษณ์, 2567)

“...ใช่ค่ะ ภาษาสำคัญสุดละตอนนี้ แล้วก็พวกอย่างอื่นก็เป็นรองไม่เป็นไร ขอแค่คุยรู้เรื่องบ้าง ก็ดีแล้วค่ะพวกหนูฟังไม่รู้เรื่องเลย บางทีก็ไปยืนรอน้ำประตู่ห้องแขก แล้วเขาก็ชี้ ๆ เอาว่าจะเอาหมอนเพิ่มถึงจะได้อู๋ มันก็ลำบากค่ะ แต่ถ้ารู้เลยว่า ต้องการหมอน เราก็วิ่งเอาให้เลยทันที ไม่ยากค่ะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P7, สัมภาษณ์, 2567)

“...ไม่มีอะไรพิเศษนะ แค่ความสะอาดอาจจะไม่ค่อยดีเท่าไร บางทีก็เรียกแล้วก็ไม่มีใครมา พอมา ก็รอนานกว่าจะได้อู๋ของ แล้วก็อย่างอื่นไม่มีอะไร...”

(ผู้ให้ข้อมูล P13, สัมภาษณ์, 2567)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่า ปัญหาการสื่อสารกับลูกค้าชาวจีน ยังคงเป็นอุปสรรคหลักที่ส่งผลต่อความคลาดเคลื่อนในการให้บริการ พนักงานหลายคนพยายามใช้เครื่องมือแปลภาษา หรืออาศัยภาษากายและการชี้เพื่ออธิบาย แต่ก็ไม่สามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน โดยเฉพาะเมื่อลูกค้าเข้าพักพร้อมกันจำนวนมาก ความล่าช้าในการเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการ จึงส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า แม้พนักงานจะมีความตั้งใจให้บริการอย่างเต็มที่ แต่ข้อจำกัดด้านภาษา เป็นปัจจัยที่ขัดขวางไม่ให้บริการเป็นไปตามเป้าหมาย ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่เน้นทักษะการฟังและการพูดภาษาจีนในระดับใช้งานจริง โดยเฉพาะคำศัพท์และประโยคพื้นฐานที่ใช้ในสถานการณ์บริการ เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าใจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและทันท่วงที ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพการบริการในภาพรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 การใช้ภาษาจีนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ในงานบริการของโรงแรม ที่ต้องรองรับลูกค้าชาวจีน การสื่อสารไม่ใช่แค่เรื่องของ “ความสะดวก” แต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผล ต่อ “ประสิทธิภาพในการทำงาน” และ “คุณภาพในการให้บริการ” โดยตรง เพราะหากพนักงาน สามารถใช้ภาษาจีนได้ แม้เพียงเบื้องต้น ก็สามารถช่วยให้การบริการรวดเร็ว ตรงใจ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า พนักงานมีความต้องการ ที่จะใช้ภาษาจีนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอย่างชัดเจน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 หมวดหมู่ย่อยได้ ดังนี้

2.2.1 การใช้ภาษาจีนเพื่อสร้างความประทับใจในงานบริการของโรงแรม การสื่อสารกับลูกค้าชาวจีนไม่ใช่แค่ “พูดให้รู้เรื่อง” แต่คือ “พูดแล้วลูกค้าประทับใจ” พนักงาน หลายคนสะท้อนว่า ต่อให้มีความตั้งใจให้บริการแค่ไหน หากไม่สามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน ก็อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด ลำบาก หรือพลาดโอกาสในการสร้างความประทับใจอย่างน่าเสียดาย ถึงแม้จะมีเครื่องมือช่วยแปลภาษา หรือพยายามใช้ภาษามือเข้าช่วย แต่พนักงานหลายคนยังรู้สึกว่า “มันไม่ทันใจลูกค้า” หรือ “ไม่สามารถอธิบายเรื่องสำคัญในเวลาจำกัดได้” โดยเฉพาะ ในสถานการณ์พิเศษ เช่น วันเกิด หรือเหตุการณ์เร่งด่วน การสื่อสารได้อย่างตรงประเด็น และทันเวลา เป็นสิ่งที่สร้างความทรงจำให้ลูกค้าได้ชัดเจนมากกว่า จึงทำให้หลายครั้ง แม้จะเริ่มต้น จากความไม่เข้าใจกัน แต่เมื่อลูกค้าได้รับสิ่งที่ต้องการ ไม่ว่าจะด้วยความพยายามวาดรูป ใช้แอปแปลภาษา หรือเดินขึ้นไปดูของจริงถึงในห้องของลูกค้า หลายคนเปลี่ยนอารมณ์จากโมโห เป็นหัวเราะได้ภายในไม่กี่นาที สิ่งเหล่านี้คือ ความสำคัญของการใช้ภาษาจีนอย่างเข้าใจ ที่ไม่ได้แค่ “สื่อสาร” แต่ “ส่งถึงใจ” ที่สุด โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 6 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...หลายอย่างที่พวกหนูทำไป ก็คือช่วยกันหลาย ๆ แผนกคะ กว่าลูกค้าจะชอบ อย่างเช่นวันเกิดลูกค้าที่ภรรยาเขามาติดต่อที่หน้าฟรอนท์ แล้วก็เอารูปที่เราจัดห้องให้ลูกค้าท่านอื่น มาให้เราดู แบบอยากได้แบบนี้บ้าง แต่เราก็แจ้งนะคะว่า มีค่าใช้จ่ายเพิ่ม แบบจ่าย 3 พัน ได้คือ 3 ล้าน ลูกค้าดีใจมาก ๆ ทั้ง ๆ ที่มีเวลาให้เราแค่ 30 นาที ก่อนแฟนเขาจะกลับมา แต่กว่าพวกหนู จะคุยรู้เรื่องนะคะ ใช้ภาษาพูด วาดรูปให้ดู เปิดแอปช่วยแปล แต่สุดท้ายก็ผ่านมาได้...”

(ผู้ให้ข้อมูล P13, สัมภาษณ์, 2567)

“...เพราะพวกเราสื่อสารไม่ค่อยได้นี้หรือกมั้งครับ เลยเกิดความล่าช้า ในการให้บริการ เพราะว่าการสื่อสารมันสำคัญมาก แม้จะใช้โทรศัพท์โน่นนี่นั่นดู แต่บางที มันไม่ทันใจ เพราะว่า บางทีเราอยากบริการนะครับ แต่เราพูดไม่ได้ครับ ก็สื่อสารไม่ได้ แล้วลูกค้า

ก็ไม่เข้าใจเรา มันก็ทำให้เขาเข้าใจผิด ซึ่งมันก็เป็นผลกระทบ อันนี้ เป็นสำคัญมาก ๆ เลยปัจจัยหลัก ๆ เลย ผมว่าครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P3, สัมภาษณ์, 2567)

“...อีกอย่าง คือ บางครั้งเราก็พยายามอย่างมากในการที่จะทำความเข้าใจว่า ลูกค้าต้องการอะไร ภาษามือก็แล้ว เปิดแอปโทรศัพท์ก็แล้ว สุดท้ายก็ต้องตามขึ้นไปบนห้องลูกค้า ถึงจะรู้ว่า ต้องการอะไร บางทีลูกค้าก็โกรธจนหายโกรธ จนหัวเราะออกมา ก็มีครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P4, สัมภาษณ์, 2567)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์สะท้อนว่า การใช้ภาษาจีนกับลูกค้าชาวจีน ไม่ได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อพูดให้เข้าใจ แต่คือการพูดแล้วลูกค้ารู้สึกดี พนักงานหลายคนแม้จะมีความตั้งใจให้บริการอย่างเต็มที่ แต่เมื่อต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านภาษา การสื่อสารจึงล่าช้า ไม่ตรงประเด็น และบางครั้งนำไปสู่ความเข้าใจผิด หรือลูกค้าไม่พึงพอใจ โดยเฉพาะในสถานการณ์เร่งด่วน หรือเหตุการณ์พิเศษที่ต้องการความแม่นยำและอารมณ์ร่วม การใช้แอปพลิเคชัน หรือภาษามือช่วยได้เพียงบางส่วน แต่ยังไม่สามารถทดแทนการสื่อสารอย่างแท้จริงได้ แม้พนักงานจะพยายามทุกวิถีทาง แต่หากสามารถพูดภาษาจีนได้บ้างในระดับที่ใช้งานจริง ก็จะช่วยให้การบริการราบรื่นขึ้น และสร้างความประทับใจได้อย่างมีพลัง ดังนั้น การฝึกอบรมภาษาจีนที่มุ่งเน้นการใช้งานจริงในบริบทของโรงแรม เช่น คำพูดในสถานการณ์พิเศษ การแสดงความใส่ใจ หรือคำพูดเชิงบวกที่ใช้สร้างสัมพันธ์กับลูกค้า จึงควรถูกบรรจุไว้ในหลักสูตรอย่างจริงจัง เพื่อให้ภาษากลายเป็นเครื่องมือของการ “เข้าถึงใจ” ไม่ใช่แค่การสื่อสารเพียงผิวเผิน

2.2.2 การใช้ภาษาจีนเพื่อให้บริการได้ตรงความต้องการ การให้บริการที่ตรงใจ ลูกค้าไม่ใช่แค่ทำให้ใกล้เคียง แต่คือเข้าใจให้ชัดเจน พนักงานโรงแรมหลายคนสะท้อนให้เห็นว่า แม้จะเต็มใจให้บริการ แต่ความไม่เข้าใจภาษาจีนของพนักงานกลับกลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การบริการไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง บางครั้งต้องใช้วิธีเดา หรือลองผิดลองถูกจนลูกค้าเริ่มไม่พอใจ ทั้งที่ตั้งใจอยากให้อดีที่สุด ยิ่งในสถานการณ์ที่ลูกค้าต้องการข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่น รายการสินค้า หรือบริการเสริมต่าง ๆ ความสามารถในการสื่อสารภาษาจีน จะช่วยให้การอธิบายชัดเจนขึ้น และช่วย “ปิดการขาย” ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ทักษะการใช้ภาษาจีนจึงไม่ใช่แค่เครื่องมือสื่อสารทั่วไป แต่เป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้พนักงานสามารถเข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง และตอบสนองได้ “ตรงจุด” อย่างมืออาชีพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 7 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...นอกจากการให้บริการแล้ว ก็อยากให้พูดได้ด้วยครับ อยากให้พนักงานสื่อสารกับลูกค้าได้ด้วย มันจะได้ง่ายในการดูแล แล้วเข้าใจว่า ลูกค้าเขาต้องการอะไรครับ ตอนนี้ก็เคา ๆ เอาว่า น่าจะประมาณนี้ คือสิ่งที่เขาต้องการ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P3, สัมภาษณ์, 2567)

“...เราก็อยากหิบบ อยากช่วย อยากให้บริการนะครับ แต่มันก็ติดตรงพูดกันไม่รู้เรื่องนี้แหละครับ ภาษาอังกฤษก็พูดกันไม่ค่อยรู้เรื่อง ถ้าไม่ชี้เอา ก็ไม่รู้หรอกได้อะไร ก็ต้องเปิดโทรศัพท์แล้วใช้แอปช่วยครับ ถึงจะรู้ว่าอยากได้อะไร ซึ่งบางทีห้องอาหารมันยุ่งครับ มือถือเราเองก็ไม่ได้ถือติดตัวตลอดเวลา ลูกค้าเขาก็เข้าใจนะครับ สำหรับคนที่เข้าใจนะ แต่คนที่ไม่เข้าใจก็จะโวยวายเป็นธรรมดา ซึ่งถามว่ามีไหม ตอบเลยว่ามีครับ เป็นปกติเลย แต่นาน ๆ ทีนะครับ แจกคนจีนเราก็ไม่ค่อยเยอะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P4, สัมภาษณ์, 2567)

“...รายละเอียดรายการต่าง ๆ อะไรแบบนี้ครับ อยากให้ลูกค้าเข้าใจ แล้วก็เกี่ยวกับเรื่องการขายว่า เรามีแพ็คเกจโปร โมชั่นอะไรบ้างในการขาย เกี่ยวกับภาษาพูดยังงัยให้เขารู้เรื่องอะไรแบบนี้ คงจะประมาณนี้ ที่จะทำให้หน้าจะเพิ่มเติม แล้วทำให้ลูกค้าชาวจีนได้รู้สึกเกิดความประทับใจในแรงงานพวกผมครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P5, สัมภาษณ์, 2567)

“...ผมพูดได้ครับ แต่บางครั้งก็ไม่ได้รู้เรื่องทั้งหมด ผมพูดได้เป็นจีนแต่จำครับ พอที่บ้านมีเชื้อสายคนจีน มันก็ช่วยได้เยอะนะครับ แต่ลูกค้าที่มาก็หลากหลาย ส่วนใหญ่ก็จะไปช่วยแปลให้หน้าพรีอนท์ครับ เวลาเขามีปัญหากับลูกค้าที่ไปบ่อย ๆ ก็พวกเรื่องมินิบาร์ เรื่องเก็บเงินลูกค้านี้แหละครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P9, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า พนักงานโรงแรมหลายคนถึงแม้จะมีความตั้งใจในการให้บริการอย่างเต็มที่ แต่กลับติดขัดที่การสื่อสารภาษาจีน ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ไม่สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน บางครั้งต้องใช้วิธีเดา หรือให้ลูกค้าชี้สิ่งของตนเอง ซึ่งแม้จะช่วยให้ในบางสถานการณ์ แต่ก็ไม่สามารถตอบสนองได้ทันที โดยเฉพาะในกรณีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเฉพาะ เช่น รายละเอียดโปร โมชั่น รายการอาหาร หรือค่าบริการเสริมต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องสื่อสารให้เข้าใจตรงกัน เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดและลดความไม่พอใจของลูกค้า สิ่งที่จะทำอย่างชัดเจน คือ หากพนักงานสามารถใช้ภาษาจีนในระดับที่อธิบายข้อมูลบริการได้อย่างตรงประเด็น จะช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังสามารถสร้างความเชื่อมั่น รวมถึงความประทับใจให้กับลูกค้าได้อย่างมีอานิสงส์ ดังนั้น การฝึกอบรมด้านภาษาจีน

ควรเน้นที่ทักษะการพูดในสถานการณ์จริง เช่น การอธิบายโปรโมชั่น การตอบคำถามเกี่ยวกับบริการ หรือการแจ้งเงื่อนไขต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานสามารถให้ข้อมูลได้อย่างแม่นยำ รวดเร็ว และสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าชาวจีนอย่างแท้จริง

3. การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน

จากวิถีชีวิตการทำงานในปัจจุบันที่เราต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นในทุกกิจกรรม และการปรับตัวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การนำเทคโนโลยีมาใช้จึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือเพื่อความสะดวกเท่านั้น แต่ยังกลายเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างประสบการณ์ที่เหนือความคาดหมายให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีนยุคใหม่ที่มีพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีเฉพาะทาง การให้บริการที่เป็นเลิศด้วยเทคโนโลยี จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นในการให้บริการในยุคนี้ โดยประกอบด้วย 2 หมวดหมู่หลัก และ 3 หมวดย่อย ดังนี้

3.1 การใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เทคโนโลยีได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับคุณภาพของการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสารออนไลน์ที่แตกต่างและเฉพาะตัว การนำแอปพลิเคชันที่ลูกค้าคุ้นเคย เช่น Alipay, WeChat, Line OA, Xiaohongshu และ Dianping มาใช้ในการสื่อสาร การบริการ และการประสานงานภายในโรงแรม จึงมีส่วนช่วยลดข้อจำกัดด้านภาษา เพิ่มความรวดเร็ว และสร้างประสบการณ์ที่ตรงใจลูกค้ามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นส่วนของพนักงานหน้าฟรอนท์ ฝ่ายขาย หรือฝ่ายบริการต่าง ๆ โดยที่พนักงานสามารถใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับเวลาโอกาส เพื่อเป็นการช่วยเหลือให้บริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด โดยมีประสิทธิภาพสูงสุด ณ เวลานั้น แบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

3.1.1 การใช้ Alipay, WeChat, Line OA, Xiaohongshu และ Dianping

ในการสื่อสารและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ในยุคที่พฤติกรรมของลูกค้าชาวจีนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ลูกค้าคุ้นเคย จึงเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการที่ตอบโจทย์อย่างแท้จริง พนักงานโรงแรมจึงจำเป็นต้องปรับตัวโดยการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น Alipay, WeChat, Line OA, Xiaohongshu และ Dianping ไม่เพียงเพื่อการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการอำนวยความสะดวก การส่งเสริมการขาย และการให้ข้อมูลอย่างทันทั่วทั้งในส่วนของงานหน้าฟรอนท์และฝ่ายขาย และงานที่ต้องประสานงานกับลูกค้า ความสามารถในการเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม จึงถือเป็นทักษะสำคัญที่ช่วยสร้างความพึงพอใจ และเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจของโรงแรมในตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน มีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 10 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...พวกหนูจะเปิดทั้งมือถือตัวเอง และก็เปิดจากเครื่องหน้าเพื่อนที่เพื่อจะคุยกับลูกค้าให้รู้เรื่องราว จะเอาอะไร บางทีหนูก็จำตัวเองนะค่ะว่า ทำไมตอนเรียนไม่ตั้งใจเรียนภาษาจีนกว่าจะคุยรู้เรื่องก็เย็นโทรศัพท์ก็กลับไปกลับมาตั้งนาน แต่ลูกค้าก็เข้าใจนะค่ะ แต่ก็นั่นแหละ ถ้าพวกหนูพูดได้เองโดยไม่ต้องพึ่งแอปโทรศัพท์มันก็จะดีมากเลย...//...ก็ได้ใช้จริงนะค่ะ มีแล้วมันช่วยได้เยอะเลย แต่ช่วงแรก ๆ ก็งงนิดหนึ่ง Alipay นี่ใช้อย่างไร แต่มันมีแค่ตรงหน้าเพื่อนที่เิกจะเด็กเสิร์ฟข้างล่างจะใช้ก็ก็ต้องวิ่งขึ้นมาข้างบน...”

(ผู้ให้ข้อมูล P1, สัมภาษณ์, 2567)

“...ไม่มีแผนกไหนใช้แอปบ่อยเท่าพวกหนูหรอกค่ะ เพราะที่นี่ คือ ห้องพระโรงอะไร ๆ ก็จะลงแต่ที่นี่แหละค่ะ จริง ๆ นะค่ะ แม่บ้านก็โทรลงมาให้พวกหนูคุยให้เด็กเสิร์ฟที่วิ่งขึ้นมาให้ รูดคั้ให้ คือ ทุกคนใครก็ตามที่คุยกับลูกค้าชาวจีนไม่รู้เรื่อง ก็จะวิ่งมาที่นี้ค่ะ พวกหนูนี่เปิดแอปกัน ไม่ทันได้วางเลย บางทีต้องให้ลูกค้าไปนั่งรอต้องเคลียร์หน้าเพื่อนที่เิกจะคน ไม่งั้นจะเพราะเสียงดังมาก...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...ฝ่ายขายเราก็ใช้นะครับ Line OA นี่แบบใช้ได้จริง ๆ ครับ แล้วก็ WeChat เพราะคนจีนไม่ใช้อย่างอื่นเลย แต่มันสะดวกจริง ๆ นะครับ พิมพ์เป็นภาษาไทยลงไป เปลี่ยนเป็นภาษาจีนให้เลย อันนี้ก็เป็นประโยชน์มาก เราใช้บ่อยสุด แต่รายละเอียดบางทีถ้าสรุปงานก็จะเป็นภาษาอังกฤษควบคุมไปด้วย ไม่งั้นไม่ปลอดภัย เพราะเราเองก็ไม่เข้าใจในภาษาจีนทั้งหมด แต่สุดท้าย WeChat นี่ดีสุดละครับ กับงานที่ต้องคุยกับคนจีนครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P8, สัมภาษณ์, 2567)

“...ผมโชคดีครับ จบการสื่อสารภาษาจีนมาจึงพอสื่อสารได้บ้าง แต่พอมาเจอของจริงนี่ ก็ต้องเปิดแอปบ้างเหมือนกันครับ และงานฝ่ายขายของผมนี่ ปกติมีแค่ Line ใช้ไหมครับ กับคนไทย แต่ถ้าคุยกับลูกค้าฝรั่งก็จะเป็น Whatapp แต่ช่วงหลังผมต้องมี WeChat เพราะต้องคุยกับลูกค้าชาวจีน แต่ WeChat นี่สะดวกสุดครับ พิมพ์ไทย แปลเป็นจีนให้ได้เลย ง่าย สะดวกมากครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P9, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พนักงานหลายคนสะท้อนตรงกันว่า การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ลูกค้าชาวจีนคุ้นเคย เช่น Alipay, WeChat, Line OA, Xiaohongshu และ Dianping เป็นส่วนสำคัญของการให้บริการในปัจจุบัน โดยเฉพาะในแผนกที่ต้องประสานงานโดยตรงกับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนที่เซอร์วิส ฝ่ายขาย หรือพนักงานภาคสนามที่ต้องช่วยเหลือทันทีในสถานการณ์จริง แม้บางคนจะไม่มีพื้นฐานภาษาจีน แต่การใช้แอปช่วยแปล พิมพ์ข้อความ หรือชำระเงิน ได้กลายเป็นทักษะที่จำเป็นในงานบริการ สิ่งสะท้อนอย่างเด่นชัด คือ ความสามารถ

ในการเลือกใช้อุปกรณ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ ไม่เพียงช่วยลดความคลาดเคลื่อนในการสื่อสาร แต่ยังเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองลูกค้า ทั้งในแง่เวลา ความชัดเจน และความประทับใจ ดังนั้น จึงควรมีการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่เน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเข้าใจ และเชี่ยวชาญ โดยควบคู่กับการเรียนรู้วัฒนธรรมการใช้แพลตฟอร์มของลูกค้าชาวจีน เพื่อให้พนักงานสามารถนำเครื่องมือเหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยกระดับภาพลักษณ์ของโรงแรมในตลาดจีนอย่างแท้จริง

3.2 การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความประทับใจส่วนบุคคล เพื่อให้การบริการในโรงแรม สามารถตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันทั่วทั้ง การใช้เทคโนโลยีจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า ให้มีความเฉพาะตัวและตรงใจมากยิ่งขึ้น ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงและสื่อสาร แต่ยังช่วยสร้างความประทับใจในแบบที่ “ลูกค้ารู้สึกได้ว่า ได้รับการดูแลเฉพาะบุคคล” เทคโนโลยีจึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการอำนวยความสะดวก แต่ยังเป็นกุญแจสำคัญของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยจากการศึกษาครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

3.2.1 การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อเสนอสิทธิพิเศษแบบเฉพาะตัว ในยุคที่ลูกค้ามีตัวเลือกมากมาย การสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล จึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดในโรงแรม การใช้ข้อมูลลูกค้าที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นประวัติการเข้าพัก ช่องทางการจอง หรือพฤติกรรมการใช้งานบนโซเชียลมีเดีย สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อเสนอสิทธิพิเศษ โปรโมชัน หรือข้อมูลข่าวสารที่ตรงใจ และเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มได้ดียิ่งขึ้น แทนที่จะสื่อสารแบบกว้าง ๆ เหมือนในอดีตที่ผ่านมา โดยมีช่องทางเดียว คือ การส่งอีเมล โรงแรมในปัจจุบันเลือกใช้ช่องทางอย่าง Line, Facebook, TikTok หรือกลุ่มไลน์ของโรงแรม เพื่อเข้าถึงลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัว ทั้งยังช่วยประหยัดทรัพยากร ลดระยะเวลา และเพิ่มโอกาสในการปิดการขายมากขึ้นอีกด้วย ผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 6 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...จริง ๆ เซลล์อาจจะไม่ได้เจอลูกค้าคนจีนมากนัก เพราะเราอยู่ฝ่ายหาลูกค้ามากกว่า แต่สมัยนี้การหาลูกค้าก็ได้ไม่ต้องเดินไปพบลูกค้าตามบริษัทต่าง ๆ มากนัก เหมือนสมัยก่อนครับ เราใช้วิธีหากลุ่มลูกค้าคนจีนจากทางเว็บไซต์ต่าง ๆ มากกว่า การยิงแอด การเลือกกลุ่มตลาด หรือไม่ก็ใช้วิธีการส่งในกลุ่มไลน์ของโรงแรมที่มี ซึ่งมันก็ได้ผลดีนะครับ ลดระยะเวลา แล้วก็ประหยัดด้วยครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P8, สัมภาษณ์, 2567)

“...อีกอย่างตอนนี้เราใช้วิธีการขายแบบผ่านไลน์ ผ่านเฟซบุ๊กมากกว่าการเดินไปหาลูกค้าแล้วครับ ลูกค้าชาวจีนก็เหมือนกัน เขาก็พักเข้ามาในเพจโรงแรม คอยกันว่าอยากได้อะไรเราก็จัดเตรียมให้ เคียวนี่สะดวกมากครับ ที่สำคัญมันมีหลักฐานและรวดเร็ว แล้วก็สะดวกลูกค้าด้วยครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P9, สัมภาษณ์, 2567)

“...ครับ ในส่วนของโรงแรมคือลูกค้าทั้งในส่วนของโรงแรมเราแล้ว ก็ลูกค้าออนไลน์ทั้งหมดนะครับ เข้ามาใช้บริการกับโรงแรม แล้วก็รู้จักโรงแรมเราให้มากขึ้นครับ เครื่องมือของเราในตอนนี้เราก็จะใช้ในสื่อของโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็นช่องทางของเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือว่าดีท็อกที่ขึ้นมาแรงในช่วงนี้นะครับ ในการโพสต์การขายโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้ลูกค้ารู้จักเรามากขึ้นครับ และสะดวก เหมาะแก่ลูกค้าครับ ที่สำคัญเราขายได้จริง...”

(ผู้ให้ข้อมูล P11, สัมภาษณ์, 2567)

3.2.2 การส่งคำขอบคุณ หรือแบบทดสอบหลังเข้าพักผ่านระบบอัตโนมัติ
หลังการให้บริการ การติดตามผลความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอีกขั้นตอนสำคัญในการประเมินคุณภาพงานบริการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรม แม้ลูกค้าหลายรายจะแสดงความคิดเห็นผ่านแพลตฟอร์มยอดนิยม เช่น Agoda, Booking.com หรือ Tripadvisor โดยสมัครใจ แต่โรงแรมไม่สามารถคาดเดาได้ว่า ลูกค้าจะเขียนรีวิวหรือไม่ การใช้ระบบอัตโนมัติ เพื่อส่ง “คำขอบคุณ” หรือ “แบบทดสอบ” หลังการเข้าพัก จึงกลายเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าแบ่งปันประสบการณ์ได้อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ และไม่เป็นการรบกวน ทั้งยังเป็นช่องทางเสริมที่ช่วยให้โรงแรมเข้าใจมุมมองของลูกค้าได้อย่างตรงจุด และพัฒนาได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น ผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 5 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...ไม่มีนะค่ะ ปกติแล้วเวลาลูกค้าไม่พอใจอะไรก็จะเขียนรีวิวเลยคะ ผ่านทริปแอดไวเซอร์บ้าง ผ่านอโกด้าบ้าง หรือแล้วแต่เขาที่อยากจะเขียนเลยคะ อันนี้กำหนดไม่ได้เลย ได้แต่รออย่างเดียว แต่ส่วนที่เฮปปี่มาก ๆ ก็เขียนนะค่ะ แต่เขียนน้อยกว่าคนที่ไม่พอใจอย่างเก็บชาร์ตค่าผ้า ค่าบุหรินี่โดนแน่นอน ฟันธงเลยคะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...เราก็มีแจ้งลูกค้านะครับว่า ฝากให้เขียนรีวิวให้บ้าง ถ้าขอบริการของเราอย่างนี้ เป็นต้น แต่ก็มีเขียนบ้าง ไม่เขียนบ้างครับ เราไม่รู้เลยว่าใครจะเขียนให้เรา บางคนก็นั่งเขียนเลยก็มี บางคนก็นานกว่าจะเขียน อันนี้เราไม่รู้เลยครับ ได้แต่รออย่างเดียว...”

(ผู้ให้ข้อมูล P10, สัมภาษณ์, 2567)

“...ฝ่ายขายเราก็พยายามแจ้งแผนที่เกี่ยวข้องนะครับว่า การให้ลูกค้าเขียนรีวิวให้เรา มันส่งผลได้อย่างไรในการขาย แต่ก็ได้ผลบ้าง พอไปสอบถามเขา ก็แจ้งแค่บอกว่า แจ้งลูกค้าแล้ว ลูกค้าบอกจะเขียนให้แก่นั่นจริง ๆ แล้วเราก็ทำอะไร ไม่ได้มากไปกว่านั้น ที่เหลือก็คือ รอรีวิวอย่างเดียวเลยครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P11, สัมภาษณ์, 2567)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่า การนำข้อมูลของลูกค้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารแบบเฉพาะบุคคล เป็นหัวใจสำคัญของการตลาดโรงแรมในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะเมื่อต้องสื่อสารกับลูกค้าชาวจีนที่มีความหลากหลายทางพฤติกรรม และความต้องการ พนักงานหลายคนเล่าว่า การเลือกใช้ช่องทางที่ลูกค้าคุ้นเคย เช่น Line OA, Facebook, TikTok หรือกลุ่มไลน์ของโรงแรม ช่วยให้สามารถเสนอโปรโมชั่น หรือข้อมูลเฉพาะบุคคลได้ตรงจุด ตอบสนองได้รวดเร็ว และเพิ่มโอกาสในการปิดการขายได้มากกว่าการใช้วิธีการเดิม อย่างการส่งอีเมลทั่วไป แนวทางนี้ ไม่เพียงลดขั้นตอนและประหยัดทรัพยากร แต่ยังช่วยให้โรงแรมสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเป็นมิตร ตรงกลุ่ม และเหมาะกับไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวจีน ยุคใหม่ การฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจการใช้เครื่องมือดิจิทัล ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า เช่น ประวัติการเข้าพัก หรือความสนใจบนโซเชียลมีเดีย จะเป็นทักษะที่ช่วยให้พนักงานสามารถบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความประทับใจที่ยั่งยืน ในมิติของการบริการแบบเฉพาะตัว

4. การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน ด้วยธรรมชาติของงานโรงแรม ที่เน้นหนักเรื่องการให้บริการแก่ผู้เข้าพัก ซึ่งเป็นลูกค้า ดังนั้น การบริการที่มากกว่าการบริการทั่วไป จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับโรงแรมอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันในธุรกิจโรงแรม และอีกทั้ง ทักษะที่เป็นเลิศควรมีหลายแผนกด้วยกัน เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการแข่งขันมากยิ่งขึ้น โดยครั้งนี้มีองค์ประกอบด้วยกัน 2 หมวดหมู่หลัก และมี 4 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

4.1 การให้บริการเกินความคาดหวังด้วยรายละเอียดของลูกค้า การบริการที่ดี คือ การตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง แต่ “การบริการที่เป็นเลิศ” คือ การมอบสิ่งที่ดีกว่านั้น คือ สิ่งที่ลูกค้าไม่ทันได้ร้องขอ แต่กลับได้รับอย่างใส่ใจ จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า พนักงานโรงแรมมีความตั้งใจที่จะสร้างความประทับใจเกินความคาดหมาย ด้วยวิธีการที่แม้จะเล็กน้อย ที่แตกต่างกันไปแล้วแต่แผนกและหน้าที่ของตน แต่ส่งผลต่อความรู้สึกของลูกค้าอย่างมาก โดยแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

4.1.1 การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อเสนอสิทธิพิเศษแบบเฉพาะตัว ที่จะทำให้ลูกค้าชอบที่บ่งบอกว่า ใส่ใจกับลูกค้าชาวจีนในงานบริการ การสร้างความประทับใจไม่ได้จำเป็นต้องใช้

ต้นทุนสูงเสมอไป แต่เกิดจาก “ความตั้งใจเล็ก ๆ” ที่ลูกค้ารับรู้ได้ว่า เราใส่ใจเขาจริง ๆ การมอบของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น กรอบรูป หรือการพับผ้าเช็ดตัวเป็นรูปสัตว์น่ารัก ๆ ให้กับลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัว เป็นตัวอย่างของการบริการที่ “เหนือความคาดหมาย” และมีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าอย่างมาก พนักงานหลายคนให้ข้อมูลตรงกันว่า ถึงแม้สิ่งที่ให้จะไม่ใช่มูลค่าสูง แต่กลับเป็น “ความใส่ใจ” ที่มีความหมายต่อลูกค้า และสร้างความสุขใจให้ผู้ให้บริการไปพร้อมกัน การบริการที่เพิ่มขึ้นเป็นการบ่งบอกถึงความใส่ใจของพนักงานที่มีต่อลูกค้าอันเป็นเสน่ห์ของการบริการที่สร้างมูลค่าให้กับงานบริการมากขึ้น โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 4 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...มีลูกค้าชาวจีนที่อยู่นาน ๆ วันที่เขากลับกัน แผนกเราทำกรอบรูปให้เป็นของที่ระลึก ตอนลงมาทานอาหารเช้า ลูกค้าดีใจมากเลยครับ มันก็เล็กน้อย ไม่ได้มีราคามากนะครับ แต่สงสัยว่าลูกค้าคงชอบมาก แค่นี้พวกผมก็ดีใจแล้วครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P13, สัมภาษณ์, 2567)

“...มีค่ะ แจกประจำนี้แหละ 2-3 เดือนมาที่ หนูจำได้ พี่ซูปเปอร์ก็จำได้ ลูกค้าชอบกลืนสบู่นกแก้วมาก ตอนกลับหนูกับพี่ซูปเปอร์ไปซื้อสบู่นกแก้วสีเขียว 4 ก้อน แล้วใส่ถุงกระดาษให้เขา เขาชอบมาก ร้องให้ใหญ่เลยคะ ตอนนั้น หนูยังตกใจกันเลยว่า แค่นี้อะไร 4 ก้อน ทำไมต้องดีใจขนาดนี้...”

(ผู้ให้ข้อมูล P6, สัมภาษณ์, 2567)

“...มีลูกค้าครอบครัวชาวจีนมาพักกับลูกค้า พวกหนูใช้ผ้าเช็ดตัวโรงแรมพับเป็นรูปสัตว์ให้ลูกเขาทุกวัน ลูกชายลูกค้าชอบมาก อยู่เป็นอาทิตย์ได้วันละตัว ตอนกลับได้ทิปคนละ 1,000 กับเพื่อนเมค 2 คน ตอนที่ทำก็ไม่ได้คิดว่าจะได้รับอะไรกลับมาอะคะ ก็แค่เห็นว่า เป็นเด็กผู้ชาย เลยอยากทำอะไรให้ก็แค่นั้น...”

(ผู้ให้ข้อมูล P7, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลที่ถอดบทสัมภาษณ์ พบว่า ความประทับใจที่ลูกค้าชาวจีนได้รับจากการเข้าพักในโรงแรม มักไม่ได้มาจากสิ่งของราคาแพง หรือบริการหรูหรา แต่กลับเกิดจาก “ความใส่ใจเล็ก ๆ” ที่พนักงานมอบให้อย่างตั้งใจ เช่น การทำกรอบรูปให้เป็นของที่ระลึก การพับผ้าเช็ดตัวเป็นรูปสัตว์ หรือการเลือกซื้อของใช้ที่ลูกค้าชื่นชอบโดยไม่ต้องร้องขอ พฤติกรรมเหล่านี้ แสดงถึงความสามารถในการจดจำข้อมูลของลูกค้า และแปลงเป็นบริการเฉพาะบุคคลที่ตรงใจ สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า การใช้ข้อมูลของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นความถี่ในการเข้าพัก ความชอบ หรือพฤติกรรมระหว่างใช้บริการ สามารถต่อยอดเป็นกิจกรรมสร้างความผูกพันที่เรียบง่าย แต่ทรงพลัง โดยเฉพาะกับลูกค้าชาวจีนที่ให้คุณค่ากับความสัมพันธ์และความใส่ใจ

แบบส่วนตัว ดังนั้น การฝึกอบรมพนักงานให้รู้จักใช้ “ข้อมูลที่อยู่รอบตัว” มาสร้างบริการเฉพาะบุคคลในแบบที่ไม่ต้องใช้ต้นทุนสูง แต่มีคุณค่าทางใจ จึงเป็นแนวทางที่ควรส่งเสริมเพื่อยกระดับงานบริการ ให้กลายเป็นประสบการณ์ที่ลูกค้าจดจำและกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

4.1.2 การจัดเตรียมความพร้อมของการให้บริการตามที่ลูกค้าเคยได้รับ

การบริการที่ดีอาจทำให้ลูกค้าพึงพอใจ แต่การบริการที่ “จำได้” ว่า ลูกค้าคนไหนเคยได้รับอะไร คือสิ่งที่สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับโรงแรมอย่างแท้จริง พนักงานโรงแรมหลายคนสะท้อนตรงกันว่า การจดจำข้อมูลเดิม ๆ ของลูกค้า เช่น หมายเลขห้อง ความชอบพิเศษ หรือรายการของใช้ที่เคยร้องขอไว้ คือ หัวใจสำคัญของการให้บริการที่เหนือความคาดหวัง และสิ่งเล็กน้อยเหล่านี้ ไม่ได้เป็นเพียงแค่ “ข้อมูล” แต่มันคือการแสดงออกถึง “ความใส่ใจ” ที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า ไม่ได้เป็นแค่ลูกค้าทั่วไป แต่คือ “ลูกค้าคนสำคัญ” ของโรงแรม เสมือนกับว่าโรงแรมคือบ้านหลังที่ 2 ที่พร้อมต้อนรับเขากลับมาเสมอ เมื่อพนักงานสามารถเตรียมห้องเดิมให้อย่างตั้งใจ หรือเพิ่มเติมผ้าและน้ำดื่มตามความเคยชินของลูกค้า ความประทับใจจึงเกิดขึ้นแบบธรรมชาติและยั่งยืน โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 5 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...โดยปกติแล้ว เวลาเราทำการจองห้องให้ลูกค้า เราก็จะเช็คข้อมูลเดิมอยู่แล้วว่า เป็นลูกค้าเคยมาพักแล้วไหม มาแล้วกี่รอบ และได้หมายเลขห้องอะไร ถ้าเราเห็น เราก็จะจัดห้องเดิมให้ คือ ถ้ามามี 2-3 ครั้ง แล้วจะโชว์เลยล่ะว่า เป็นลูกค้าเดิม ก็จะมีรายละเอียด เช่น หมายเลขห้อง และรายการขอพิเศษเรา ก็จะจัดไว้รอให้เลย อะไรแบบนี้ล่ะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P5, สัมภาษณ์, 2567)

“...หนูจำแขกได้ว่า เคยมาพัก แล้วก็พักแขก ๆ ก็จำได้ พักห้องเดิมเป็นอาทิตย์เลย หนูเพิ่มผ้า เพิ่มน้ำให้ทุกวัน ๆ ละ 3 ขวดอยู่กัน 2 คน เหมือนเดิมเลย คือ วันเช็กเอาท์ ได้ทิป 1,200 บาท มาทุกรอบ ให้ทุกรอบล่ะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P6, สัมภาษณ์, 2567)

“...เราก็มีบันทึกนะครับ กับประวัติการใช้งานที่เข้าใช้บริการของลูกค้าชาวจีน อาหาร ราคา และความชอบต่าง ๆ ของลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการกับโรงแรมเรา ฝ่ายขายเรามีเก็บประวัติทั้งหมดครับ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการให้บริการโอกาสต่อไป...”

(ผู้ให้ข้อมูล P8, สัมภาษณ์, 2567)

“...Returning guest เราก็มียันทึกไว้นะครับ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่าเราใส่ใจ การเข้าพักแต่ละครั้ง ได้ห้องอะไร เหมือนก็ไป มีอะไรบ้างที่ต้องเตรียมไว้ในห้องพัก แต่ละครั้ง ใช้เงินไปเท่าไร อาหารอะไรที่ไม่ชอบ หรือมีอะไรที่ควรเลี่ยง เป็นต้น ครับ ก็เพื่อให้ลูกค้าประทับใจแหละครับว่า มาที่นี่แล้ว เหมือนกลับมาบ้านครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P10, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พนักงานโรงแรม จำนวนไม่น้อยต่างสะท้อนมุมมองที่คล้ายกันว่า การบริการที่ลูกค้าจดจำได้ มักเกิดจากรายละเอียดเล็ก ๆ ที่พนักงานใส่ใจ เช่น การจัดห้องเดิมให้ลูกค้าประจำ การเตรียมน้ำดื่ม หรือของใช้ตามความคุ้นเคย หรือแม้แต่การทักทายลูกค้าด้วยชื่ออย่างเป็นกันเอง สิ่งเหล่านี้ อาจดูธรรมดาในสายตาผู้ให้บริการ แต่กลับมีความหมายอย่างลึกซึ้งในมุมมองของลูกค้า โดยเฉพาะกับลูกค้าชาวจีนที่ให้คุณค่ากับความสัมพันธ์ส่วนบุคคล การจดจำข้อมูลเดิม ไม่ว่าจะผ่านระบบ หรือจากความใส่ใจของพนักงานเอง กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างความรู้สึกว่าคุณค่าไม่ได้ถูกลืม แต่กลับได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น เหมือนกลับมาบ้านหลังเดิมอีกครั้ง ความต่อเนื่องของประสบการณ์เช่นนี้ ไม่เพียงแต่สร้างความพึงพอใจในระยะสั้น แต่ยังช่วยเสริมสร้างความภักดีในระยะยาว ทำให้โรงแรมไม่ใช่แค่สถานที่พัก แต่เป็นสถานที่ที่อยากกลับมาอีกครั้งทุกครั้งที่มีโอกาส

4.2 การสร้างประสบการณ์ที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคลของลูกค้าชาวจีน หนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยยกระดับงานบริการจาก “ความพึงพอใจ” สู่ “ความประทับใจ” คือ การบริการที่ใส่ใจในรายละเอียดเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย เพราะลูกค้าแต่ละคนไม่ได้ต้องการสิ่งเดียวกัน และไม่ควรถูกมองว่าเป็นแขกทั่วไปที่เข้ามาแล้วก็จากไป การบริการแบบเฉพาะรายไม่ใช่แค่ทำตามคำขอของลูกค้า แต่คือการสื่อสารผ่านการกระทำว่า “เราใส่ใจคุณเป็นพิเศษ” ทั้งในรูปแบบของการเตรียมความพร้อมล่วงหน้า หรือแม้แต่การทักทายด้วยภาษาที่ลูกค้าคุ้นเคย ซึ่งล้วนเป็นรายละเอียดเล็กน้อยที่สร้างผลลัพธ์มหาศาล จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การต้อนรับแบบเฉพาะรายบุคคล สามารถแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

4.2.1 การออกแบบบริการให้ตรงกับความต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคล การให้บริการตามความต้องการเฉพาะรายของลูกค้า หมายถึง การใส่ใจในรายละเอียดที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละคน ไม่ว่าจะเป็นคำขอพิเศษในการจอง การมีประวัติการเข้าพัก หรือเหตุการณ์สำคัญในชีวิต เช่น วันเกิด วันครบรอบ หรือการเข้าพักเพื่อฉลองฮันนีมูน พนักงานโรงแรมจากทุกแผนก ล้วนมีบทบาทในการช่วยกันมอบประสบการณ์พิเศษให้ลูกค้าได้รับความรู้สึกที่ว่า “พวกเขาไม่ได้ถูกมองว่าเป็นแขกทั่วไป” แต่เป็น “แขกคนสำคัญ” ที่โรงแรมตั้งใจดูแลแบบรายบุคคล ความใส่ใจเหล่านี้ แม้จะดูเป็นเรื่องเล็กน้อย แต่กลับสร้างผลลัพธ์ที่ยิ่งใหญ่

คือ ความประทับใจที่เหนือความคาดหมายของลูกค้ายั่งยืน โดยมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียดจำนวน 5 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...บางครั้งที่จองมาก็มีนะคะ ขอเตียงใหญ่ ชั้นสูงๆ ห้องไม่สูบบุหรี่ เราก็จะสอบถามลูกค้ากลับเหมือนกันว่า มีกรณีพิเศษอะไรไหม อยากได้อะไรเพิ่มเติมไหม ถ้ามีอย่างเช่นวันเกิด วันครบรอบ หรือวันพิเศษอะไรประมาณนี้ พี่น้องเราก็จะโน้ตแจ้งแผนกที่เกี่ยวข้องให้จัดทำกรณีพิเศษแบบนี้ให้ เช่น จัดห้องชิมครบรอบนะ มีดอกไม้ มีเค้ก และก็มีอบขายของเพิ่มค่ะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P1, สัมภาษณ์, 2567)

“...ปกติแล้วแผนกผมจะได้รับแจ้งมาจากทางพี่น้องที่อยู่แล้วว่า วันนี้นะจะมีลูกค้า Birthday ห้องไหนบ้างครับ เราก็จะมีเค้กก้อนเล็ก ๆ เป่าให้ลูกค้าตอนที่ลงมาทานอาหารเช้า หรือไม่ช่วงที่เป็น All you can eat วันเสาร์ วันอาทิตย์ที่เราจัดทุกวัน เราก็จะมีป้ายไฟ เค้ก และก็จะช่วยกันร้องเพลงให้ลูกค้าด้วยครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P5, สัมภาษณ์, 2567)

“...ยังมีแบบที่ได้ทิปมาแบบไม่ได้หวังด้วยนะคะ คือ แบบว่า พวกหนูทำห้องแล้วพี่น้องก็แจ้งขึ้นมาบนฟลอร์ว่า แยกห้องนี้เป็น Honeymoon นะ เพิ่งแต่งงานมา ก็มาที่นี่เลยก็ช่วยกันจัดห้อง เป่าลูกโป่ง โรยเตียงด้วยกุหลาบ ดีฟองในอ่าง ปิดม่าน ปิดไฟ เปิดแอร์รอแขกกลับมา กรีดกันใหญ่เลยคะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P7, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า พนักงานจากหลายแผนกมีบทบาทในการใส่ใจรายละเอียดเฉพาะบุคคลของลูกค้า เช่น การเตรียมเค้กวันเกิด การตกแต่งห้องในธีมอันนิมุน หรือแม้แต่การสอบถามเหตุผลของการเข้าพักล่วงหน้า เพื่อมอบประสบการณ์ที่ตรงใจ การกระทำเหล่านี้ แม้ดูเรียบง่าย แต่กลับมีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง เพราะทำให้พวกเขารู้สึกว่าได้รับการดูแลในฐานะ “แขกคนพิเศษ” ไม่ใช่แค่แขกทั่วไป และนี่คือหัวใจของบริการที่แท้จริงที่สามารถเปลี่ยนวันธรรมดาให้กลายเป็นวันพิเศษได้อย่างน่าจดจำ ด้วยเหตุนี้ ความจำเป็นในการฝึกอบรมจึงอยู่ที่การพัฒนาทักษะด้านการรับรู้ และเข้าใจลูกค้าในระดับปัจเจก การออกแบบบริการให้สอดคล้องกับเหตุการณ์สำคัญ หรือความต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคล ตลอดจนการประสานงานเชิงรุกระหว่างแผนก เพื่อส่งต่อข้อมูลและสร้างประสบการณ์ที่เป็นหนึ่งเดียวอย่างไร้รอยต่อ

4.2.2 การกล่าวทักทายลูกค้าชาวจีนแบบเป็นกันเองด้วยภาษาจีน แม้จะเป็นเพียงคำทักทายสั้น ๆ แต่ “น้ำเสียงที่ใช่” และ “ภาษาที่ตรงใจ” กลับสามารถสร้างความรู้สึกลึกซึ้งให้กับ

ลูกค้าชาวจีนได้อย่างน่าทึ่ง การกล่าว “สวัสดิ” เป็นภาษาจีนอย่างเป็นกันเองนั้น เป็นมากกว่า การแค่เริ่มต้นบทสนทนา แต่มันคือสัญญาณว่า “คุณไม่ใช่แค่แขกคนหนึ่ง แต่เราใส่ใจที่จะเข้าถึงคุณ ในแบบที่คุณคุ้นเคย” พนักงานหลายคนเล่าว่า แม้จะพูดภาษาจีนได้เพียงไม่กี่คำ แต่การเริ่มต้น ด้วยคำทักทาย เช่น “หนีห่าว” ก็สามารถทำให้ลูกค้าชาวจีนยิ้มออก และรู้สึกสบายใจในการเข้าพัก มากขึ้น การใช้คำง่าย ๆ ในจังหวะที่เหมาะสม จึงกลายเป็นอีกหนึ่งวิธีการสร้างความประทับใจ โดยไม่ต้องพึ่งเทคนิคซับซ้อน เป็นมิตรภาพเล็ก ๆ ที่เริ่มจากคำพูดง่าย ๆ และแสดงให้เห็นถึง การเรียนรู้วัฒนธรรมของลูกค้า จากการสัมภาษณ์ พบว่า มีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 6 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...พอดีหน้าเพื่อนที่มีหนุคนเดียวที่สื่อสารพูดภาษาจีนได้ และมีพี่เบลอีก 1 คน เองคะ เวลาที่มีลูกค้าคนจีนเข้ามาที่โรงแรม หนุก็ทักทายนะคะ ลูกค้าก็ยิ้มทักทายดี หนุรู้สึกว่า ไม่ต้องพูดได้เยอะหรือภาษาจีน แค่อ่านทักทาย รู้คำศัพท์ด้าน โรงแรมบ้างก็ดีแล้ว แค่นี้เขาก็ดีใจ แล้วเหมือนอย่างนี้ ก็มีคนอื่นช่วยเขาแค่นั้นจริง ๆ หากมากกว่านั้น พวกหนุก็ให้แอฟช่วยแปล เหมือนกันค่ะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P1, สัมภาษณ์, 2567)

“...หนีห่าว ผมก็ทักได้แค่นี้แหละครับ มากกว่านี้ก็เรียกเพื่อนที่มาช่วยแล้ว แต่ตอนที่ผมทักลูกค้าชาวจีน เขาก็ยิ้มให้ะครับ แล้วก็หลังจากนั้น ก็ไปตักอาหารปกติเหมือนกับว่า เออ คุยกันรู้เรื่องแค่ว่าทักคำเดียวจริง ๆ เลยครับ นอกจากนั้น ตั้งแต่วินาทีนั้น จนกลับ ก็ได้แต่ยิ้ม ไปยิ้มมา ให้กัน จริง ๆ เขาก็ง่ายดีนะครับ ไม่วุ่นวาย ไม่เรื่องมาก...”

(ผู้ให้ข้อมูล P5, สัมภาษณ์, 2567)

“...หนุก็พูดได้แค่นี้ห่าว นิแหละค่ะ ที่เหลือก็ยิ้มสู้อย่างเดียวจะเอาอะไรก็วิ่งหาให้ ภาษามือบ้าง ภาษาวาดภาพบ้าง แต่หนุก็ว่าดีกว่าไม่พูดอะไรเลยนะคะ เข้ามาก็หนีห่าว ก่อนกลับก็ ยิ้มแล้วก็ก๊วยบาย แค่นี้แหละค่ะที่เมคใช้กันไม่ต้องเยอะเหมือนกันค่ะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P6, สัมภาษณ์, 2567)

การกล่าวทักทายสั้น ๆ เช่นหนีห่าว แม้เป็นคำพื้นฐาน แต่สามารถสร้างความรู้สึก อบอุ่นและเป็นกันเองให้กับลูกค้าชาวจีนได้เป็นอย่างดี พนักงานส่วนใหญ่สะท้อนว่า เพียงแค่กล้า ทักทายด้วยภาษาจีน แม้ไม่คล่องแคล่ว ก็ช่วยลดช่องว่างทางวัฒนธรรม และทำให้ลูกค้ายิ้มตอบ ได้ทันที สิ่งนี้สะท้อนถึงความใส่ใจและการพยายามเข้าถึงวัฒนธรรมของลูกค้าอย่างจริงใจ จึงควรส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับได้รับการฝึกคำทักทายภาษาจีน และฝึกใช้ภาษาที่ เหมาะสม เพื่อยกระดับบรรยากาศของการบริการให้เป็นมิตรและประทับใจตั้งแต่แรกพบ

5. การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน การให้บริการและปัญหา คือสิ่งที่มักเกิดควบคู่กันเสมอ เนื่องจากการบริการเป็นความพยายามของผู้ให้บริการ ในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด ภายใต้ข้อมูลพื้นฐานที่มีอยู่ แต่ในหลายกรณี ความต้องการของลูกค้าอาจมีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลา เทศกาล หรือโอกาสพิเศษ ซึ่งผู้ให้บริการอาจไม่สามารถล่วงรู้ได้ล่วงหน้า ปัญหาจึงมักเกิดขึ้นจาก “ช่องว่าง ของความคาดหวัง” ที่ไม่ตรงกัน ดังนั้น การจัดการปัญหาเหล่านี้ ให้กลายเป็น “ความประทับใจ” แทนที่จะเป็น “จุดด้อย” จึงถือเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมที่ลูกค้า คาดหวังประสบการณ์อันราบรื่นและคุ้มค่า พนักงานโรงแรมจึงควรมีทักษะในการรับฟังอย่างลึกซึ้ง ควบคุมอารมณ์ และเสนอแนวทางแก้ไขอย่างมืออาชีพ เพื่อเปลี่ยนสถานการณ์ที่ตึงเครียดให้กลับ กลายเป็นโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การเปลี่ยนปัญหา เป็นความประทับใจ สามารถแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่หลัก และ 4 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

5.1 การรับฟังและควบคุมอารมณ์ การรับมือกับสถานการณ์ความไม่พึงพอใจ ของลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีนที่มักแสดงออกอย่างตรงไปตรงมา และมีความคาดหวังสูงนั้น พนักงานจำเป็นต้องมีทั้ง “สติ” และ “ทักษะในการควบคุมอารมณ์” เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างมืออาชีพ การแสดงออกว่า “ฟังด้วยใจ” ควบคู่กับ “สื่อสารอย่างมีวุฒิภาวะ” คือหัวใจ ของการเปลี่ยนสถานการณ์ตึงเครียด ให้กลายเป็นโอกาสในการสร้างความพึงพอใจ จากการศึกษา พบว่า ทักษะนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

5.1.1 การฟังอย่างตั้งใจและแสดงออกด้วยภาษากายที่เปิดใจ ในการรับมือกับ สถานการณ์ความไม่พึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีนที่อาจแสดงออกอย่างตรงไปตรงมา และเสียงดัง พนักงานโรงแรมจำเป็นต้องมีทักษะในเรื่องของการฟังแบบ “ฟังอย่างตั้งใจ” และใช้ “ภาษากายที่เปิดใจ” เพื่อแสดงความจริงใจในการรับฟังปัญหา การสบตา พยักหน้า สีหน้า และท่าที ที่สุภาพ ล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยลดความตึงเครียดของสถานการณ์ลงได้ ความสามารถในการแสดงออกเชิงบวกเหล่านี้ ไม่เพียงแต่ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกได้รับการใส่ใจ แต่ยังเป็นจุดเริ่มต้น ของการคลี่คลายปัญหาอย่างมืออาชีพ และสร้างความพึงพอใจในระยะยาว จากการสัมภาษณ์ มีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 7 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...ก็อย่างตอนที่ลูกค้าชาวจีนคะ เช็คเอาต์ตอนเช้า มักจะต้องทะเลาะกัน หน้าเพื่อนที่ตลอด แอ้มเสียงดังด้วย ทำให้ถูกลูกค้าหลายคนมองเลย แบบฉันไม่ได้กินนี่นะ อันนี้ก็ไม่ได้ดื่ม ผ้าที่สกปรกก็ไม่ได้ทำ กว่าพวกเราจะเคลียร์ให้เย็นลง ได้นานมากเลยคะลูกค้าชาตินี้ ไม่รู้เป็นอะไร เสียงดังทุกคนเลย ไม่เข้าใจจริง ๆ เลยคะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P1, สัมภาษณ์, 2567)

“...เราก็แจ้งไปแล้วนะคะว่า หากสูบบุหรี่ในห้องพักต้องเรียกเก็บเงิน 10,000 บาท ป้ายก็มีตั้งให้เห็น ตอนเข้าพักเราก็แจ้งให้ทราบแล้ว แต่ถึงเวลาเช็กเอาต์ที่ไร เป็นเรื่องทุกทีที่จะต้องมีปัญหากันตลอด และก็เป็นที่ชาตินี้ชาติเดียวแหละ ชาตินี้ไม่เป็นและก็สูบบุหรี่จัดด้วย โดยเฉพาะลูกค้าผู้ชาย บางทีก็ถึงขนาดต้องเรียกตำรวจเลยล่ะ เพื่อที่จะให้มาไกล่เกลี่ยให้ ถ้ายืนยันว่าไม่จ่ายจริง ๆ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...หนูอยากให้เอามินิบาร์ออกจากตู้เย็นในห้องมากเลยคะ มีปัญหาตลอด โดยเฉพาะกับลูกค้าคนจีนกินแล้วชอบโวยวายว่า ไม่ได้กิน บางทีนะคะ ปิดฝาแล้วใช้สติกเกอร์ติดไว้เหมือนเดิมก็มี เห็นแล้วปวดหัวจริง ๆ กับลูกค้าชาตินี้ แล้วพอเราเอาชากลงไปยืนยันหน้าเพื่อนทีละคะ ก็บ่นเบี่ยงว่าไม่ได้กิน ไม่ได้แตะตู้เย็นเลย เราก็ต้องลงไปหน้าเพื่อนที่ยืนเคียงกับแขกอีก เป็นบ่อยมากคะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P8, สัมภาษณ์, 2567)

“...ตอนที่ฝ่ายขายลงไปช่วยหน้าเพื่อนที่แก้ปัญหา โดยส่วนใหญ่ที่พบ ก็แค่ไปฟังลูกค้าว่าเขาว่ายังไงบ้างครับ บางทีก็แค่เขาอยากได้ห้องเร็วหน่อย บางคนก็เดินทางมายังไม่ได้พัก จะขอรีบเข้าห้องก่อน ก็บ่นน้อ ๆ หน้าเพื่อนที่ ถ้าห้องมันว่างก็ให้เข้าก่อนได้ ไม่เป็นไร ไม่ต้องรอถึงบ่าย 2 ก็ได้ เรื่องบางทีก็มีอยู่แค่นี้จริง ๆ ครับ กับลูกค้าคนจีน อาจเป็นเพราะเด็กพนักงานเราไม่ฟังหรือฟังไม่เข้าใจ ก็ไม่รู้ครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P11, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลที่ถอดบทสัมภาษณ์ พบว่า การฟังอย่างตั้งใจ และการแสดงออกด้วยภาษาที่เปิดเผย เป็นหัวใจของการรับมือกับสถานการณ์ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ โดยเฉพาะกับลูกค้าชาวจีนที่มักสื่อสารด้วยน้ำเสียงและท่าทีที่ชัดเจน และตรงไปตรงมา พนักงานที่สามารถควบคุมอารมณ์ เปิดรับฟังด้วยความเข้าใจ และตอบสนองด้วยท่าทีสงบนั้น ไม่เพียงแต่ช่วยคลี่คลายปัญหาเฉพาะหน้า แต่ยังสร้างความรู้สึกได้รับการเคารพให้กับลูกค้า ความสามารถในการสบตา พยักหน้า ฟังโดยไม่แทรก และใช้ท่าทีที่ไม่ปิดกั้น จึงเป็นทักษะที่คู่ขนานมาแต่ทรงพลัง และควรได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องในหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานสามารถเผชิญกับสถานการณ์จริงด้วยความมั่นใจ และเป็นมืออาชีพอย่างแท้จริง

5.1.2 การควบคุมน้ำเสียง สีหน้า และการตอบสนองอย่างมืออาชีพ ในสถานการณ์ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ ความสามารถของพนักงานในการควบคุมอารมณ์ของตนเอง ถือเป็นทักษะที่สำคัญที่สุด เพราะหลายครั้ง สิ่งที่ทำให้ปัญหามานปลาย ไม่ใช่ปัญหาเดิมของลูกค้า แต่คือท่าทีการตอบสนองของผู้ให้บริการ น้ำเสียงที่ไม่เหมาะสม สีหน้าดึงเครียด หรือคำพูดที่ขาด

ความเป็นมืออาชีพ ล้วนเป็นการสร้างปัญหาใหม่เพื่อไปแก้ปัญเก่า ซึ่งไม่มีทางนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดี ดังนั้น พนักงานควรฝึกฝนการควบคุมอารมณ์ให้มั่นคง พร้อมสื่อสารอย่างสุภาพ เชื่อกัน และแสดงความเข้าใจต่อสถานการณ์ แม้จะถูกตำหนิ หรือเผชิญแรงกดดัน การตอบสนองที่นิ่ง แต่ไม่เฉย คือ ญุญแจสำคัญที่จะเปลี่ยนความไม่พอใจให้กลายเป็นความเชื่อมั่นในความเป็นมืออาชีพ ของโรงแรม มีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 6 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...ห้อง 410 ลูกค้าไม่ยอมจ่ายค่าผ้าปูที่นอนละอะ แบบเยอะมากเลยอะ ชักไม่ออก แน่ ๆ หนูก็ให้แม่บ้านลงมาดูแล้วนะอะ แม่บ้านก็ยืนยันว่าชักไม่ได้ เท่านั้นแหละอะ ทูบเคาเตอร์ โวยวายจะไม่ยอมจ่ายเงิน พวกหนูก็ไม่ว่าจะทำไงดี หัวหน้าที่ยังไม่มา ได้แต่ยืนให้ ลูกค้าตำหนิพรึ่บรันท แล้วก็พยายามให้จ่ายเงิน ทำได้เพียงแค่ลดราคาให้ แล้วลูกค้าก็ไปเพราะรีบ กลัวตกเครื่อง ตอนนั้นพวกหนูสั่นเลยอะ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...ผมกับลูกพี่อยู่กัน 2 คน คือนั้นลูกค้าจากข้างนอกมาดื่มที่บาร์ ดื่มหนักเลยครับ ตอนแรกก็ดี ๆ พอดื่มหน่อยเปลี่ยนเป็นคนละคนเลย เสียงดังแล้วโวยวายด้วย ลูกค้าคนที่อยู่ใกล้ ๆ ก็ตกใจ พวกเข็ชบิลแล้วก็ถูกกันหมดครับ ลูกพี่ให้ผมเดินไปบอกลูกค้าให้แบบเบา ๆ เสียงลง น้อย เท่านั้นแหละมาเป็นชุดเลยครับ เราก็ไม่ว่าจะทำไงกันดี อยู่กัน 2 คน สุดท้ายก็เรียกพี่ ปรก. เข้ามาพาลูกค้าลงไปยังล่างครับ ตอนเข้าไปแจ้งก็เข้าไปดี ๆ นะครับ แต่ไม่รู้ทำไมถึงเปลี่ยนอารมณ์ เร็วมาก สรุป คือนั้นบาร์ผมยังไม่ทันถึงเวลาปิดเลยครับ ต้องปิดก่อน เสียขายลูกค้ากำลังจะ เข้าเลย...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...บางทีก็แค่ไปรับฟังลูกค้าครับ ไม่ได้ไปแก้ปัญหอะไรมากนัก เพราะบางครั้ง ก็แค่ไปฟังลูกค้าระบายแบบฟัง แบบตั้งใจฟังจริง ๆ นะครับ บ่อยครั้งที่พนักงานหน้าพรึ่บรันท ไม่แก้ปัญเก่าด้วยการสร้างปัญหาใหม่ คือ ไม่ยอมฟังลูกค้า แบบ เออ ฉันพร้อมช่วยคุณนะ อะไรแบบนี้ ปัญหามันเลยไม่จบ แถมเพิ่มปัญหาอีกครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P11, สัมภาษณ์, 2567)

ในสถานการณ์ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ ความสามารถของพนักงานในการควบคุม น้ำเสียง สีหน้า และการตอบสนองอย่างมืออาชีพ คือ ญุญแจสำคัญที่ทำให้ปัญหาไม่ลุกลาม แม้จะถูก ตำหนิ หรือเผชิญแรงกดดัน การแสดงออกที่สงบ นิ่ง และไม่ได้ตอบเชิงลบ จะช่วยลด ความตึงเครียดและสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับโรงแรม พนักงานที่สามารถนิ่งเป็น และเห็นใจเป็น ในสถานการณ์เหล่านี้ ไม่เพียงคลี่คลายปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แต่ยังช่วยเสริมวุฒิภาวะทางอารมณ์และความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ ซึ่งควรได้รับการฝึกฝนผ่านกิจกรรมจำลองสถานการณ์จริงในการอบรมอย่างต่อเนื่อง

5.2 การเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์ ในสถานการณ์ที่เกิด

ความผิดพลาด หรือความไม่พึงพอใจในการให้บริการ ความสามารถของพนักงานในการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส หรือที่ภาษาโรงแรมใช้กัน คือ Win win situation ด้วยการแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์ ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริการที่เป็นเลิศ โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมที่ลูกค้าคาดหวังประสบการณ์ที่คุ้มค่าและได้รับการรบกวน การเยียวยาความรู้สึกลูกค้าอย่างเหมาะสม เช่น การเสนอทางเลือกที่ดีกว่า การชดเชยอย่างมืออาชีพ ไปจนถึงการติดตามผลหลังการให้บริการ ล้วนเป็นกระบวนการที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในระยะยาวอย่างเป็นระบบ ไม่ใช่เพียงเพื่อแก้ปัญหาให้จบ แต่เพื่อฟื้นความรู้สึกที่ดี และทำให้ลูกค้ามองโรงแรมในมุมที่ใส่ใจอย่างแท้จริง โดยจากการศึกษา พบว่า การเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์นี้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

5.2.1 การเสนอทางเลือก หรือชดเชยที่เหมาะสม เมื่อเกิดเหตุการณ์

ที่ไม่พึงประสงค์ในการให้บริการ เช่น ห้องพักร้อนมีปัญหา ระบบจองผิดพลาด หรือความไม่พอใจด้านอาหาร พนักงานโรงแรมจำเป็นต้องเข้าใจว่า ความรู้สึกลูกค้า คือ สิ่งที่ต้องได้รับการเยียวยา ก่อนเสมอ การเสนอทางเลือก หรือชดเชยที่เหมาะสม จึงเป็นทักษะสำคัญในการเปลี่ยนสถานการณ์ลบให้กลับกลายเป็นความประทับใจ โดยพนักงานควรมีไหวพริบในการตัดสินใจภายใต้ขอบเขตที่เหมาะสม เช่น การอัปเกรดห้อง การลดราคาค่าบริการ หรือการเปลี่ยนห้องตามความพึงพอใจลูกค้า สิ่งเหล่านี้ ไม่ได้สะท้อนแค่การแก้ปัญหา แต่ยังแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบ และความใส่ใจที่โรงแรมมีต่อลูกค้าแต่ละคน มีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียดจำนวน 7 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...โรงแรมเราเก่าแล้วครับ เกือบ 10 ปี มันก็มีบ้างที่บางจุดมันถึงคราวต้องซ่อมบำรุง โดยเฉพาะเรื่องห้องน้ำ เด็กพนักงานต้อนรับเรียกให้ฝ่ายชายไปช่วยพูดกับลูกค้าบ่อยครับ เรื่องที่ห้องไม่พร้อมสำหรับชาย หรือบางทีก็เข้าไปแล้วเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น ฝาน้ำในห้องน้ำหล่นท่อน้ำในห้องมีกลิ่นบูหรี แบบนี้เป็นต้นครับ พวกผมก็ต้องลงไปช่วยพูดคุยกับลูกค้า กว่าลูกค้าจะยอมได้ บางทีก็นาน บางคนไม่เข้าใจ ก็จะเอาห้อง Upgrade ก็มีครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P8, สัมภาษณ์, 2567)

“...เราอยู่หน้าฟรอนท์นี่พบเจอบ่อยเลยครับ แก้ปัญหาได้ทุกวัน บางทีลูกค้าก็ไม่ชอบห้องพัก แบบไม่ชอบเลย ๆ ก็มีครับ ผมต้องให้พนักงานย้ายห้องให้แบบพาเดินเปิดห้องให้ดูเลยว่า ชอบแบบไหน เอาจนกว่าจะพอใจก็มีครับ...//...บางที Booking ตกหล่น อันนี้เป็นบ่อย

มากครับ ยิ่งช่วงเทศกาลนะครับ ภาวนาเลยห้องเต็มไม่กลัว ที่กลัวนี่คือการจองตกหล่นครับ พอเกิดเรื่องที ก็ต้องย้าย ต้อง Upgrade แล้วก็ต้องรายงานผู้จัดการ โรงแรมอีกหลายอย่างครับ แต่ที่สำคัญที่สุด คือ การหาห้องที่ดีกว่าที่ลูกค้าจองมาครับ เพราะเราพลาดกันเอง...”

(ผู้ให้ข้อมูล P10, สัมภาษณ์, 2567)

“...ก็มีนะครับ บางครั้งลูกค้าแจ้งพนักงานเรา แบบว่าอาหารไม่ตรงตามที่สั่งบ้าง หรือบางทีก็ไม่อร่อยก็มี เราก็ได้แต่ขอโทษครับ แล้วก็ทำให้ใหม่ พอถึงเวลาชำระเงินก็ลดราคาให้ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าประทับใจก็มีครับ บางทีก็ไม่ได้จ่ายเสมอไปทุกเคสครับ แล้วแต่ลูกค้าก็มี...”

(ผู้ให้ข้อมูล P12, สัมภาษณ์, 2567)

เมื่อเกิดสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ เช่น ห้องพักรมมีปัญหา ระบบของผิดพลาด หรือความไม่พอใจในบริการ การเสนอทางเลือก หรือชดเชยที่เหมาะสม จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการฟื้นฟูความรู้สึกลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีนที่มักให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบมากกว่ามูลค่าของสิ่งที่ได้รับ พนักงานควรได้รับการฝึกฝนให้มีไหวพริบ ประเมินสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว และตัดสินใจภายใต้ขอบเขตที่เหมาะสม เช่น การอัปเกรดห้อง การลดราคา หรือการกล่าวขอโทษด้วยความจริงใจ สิ่งเหล่านี้ ไม่เพียงแก้ไขปัญหาลเฉพาะหน้า แต่สะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพที่สามารถเปลี่ยนความไม่พอใจให้เป็นความประทับใจที่ยั่งยืน

5.2.2 การติดตามผลหลังการแก้ไข เพื่อเสริมความมั่นใจให้ลูกค้า การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอาจทำได้ในระยะเวลาอันสั้น แต่การติดตามผลหลังจากนั้น คือเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ลูกค้ารับรู้ ว่า โรงแรมใส่ใจจริง ไม่ได้แค่แก้ปัญหาเพื่อจบเรื่อง แต่ต้องการให้ลูกค้ารู้สึกดีและเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการของเราในระยะยาว การติดตามผลช่วยให้พนักงานสามารถประเมินผล การแก้ไข สร้างโอกาสในการขอโทษเพิ่มเติมอย่างมืออาชีพ หากยังมีความคาใจ และที่สำคัญ คือ ป้องกันไม่ให้เกิดการรื้อฟื้นจากลูกค้า ที่แม้จะเงียบในตอนบริการ แต่ไปแสดงควาไม่พอใจภายหลัง การกล่าวทักทาย ถามไถ่ ก็สามารถสร้างความประทับใจเพิ่มเติมได้ มีผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 3 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...ลูกค้าเองบางทีก็อยากได้มากกว่าที่จ่ายมาก็มีนะครับ เราก็ต้องพิจารณาอย่างรอบครอบ เพราะจ่ายมาเท่านี้ พอเจอเรื่องเล็กน้อยบางทีก็จะเอาแบบพักรมฟรีเลยก็มีครับ ทางฟร้อนท์เราก็ต้องมาพิจารณาเป็นกรณีไปว่า อันไหนสมควร อันไหนเกินไป แต่ทั้งหมดหลังจากที่เราชดเชยให้ เราก็ติดตามตลอดว่า ลูกค้ารู้สึกดีขึ้นไหมกับสิ่งที่เราชดเชยให้ ซึ่งส่วนมากก็ยินดีนะครับ ไม่มีปัญหาอะไร...//...พอตอนเช้าลงมา ผมก็ทักทายปกติ แล้วถามเป็นอย่างไรบ้าง ห้องพักรมเรียบร้อยทุกอย่างไหม ลูกค้าก็ได้แต่ยิ้ม ๆ เราก็โล่งแล้วครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P10, สัมภาษณ์, 2567)

“...แผนกผมโชคดีหน่อยที่มีคนน้อยครับ เรามีกันแค่ 5 คน ซึ่งเวลามีปัญหาอะไรทุกคนจะรายงานลงในกลุ่มไลน์ทันทีเลยครับ เกิดอะไรขึ้น พร้อมรายละเอียดและแก้ไขปัญหาก็ไปแล้วอย่างไบบ้าง ลูกค้าเป็นไบบ้าง เพื่อให้อีกทีมมารับช่วงต่อ แล้วก็ตามลูกค้า มันเลยไม่ค่อยมีปัญหาครับ แต่แผนกอื่นไม่แน่ใจครับ จริง ๆ ก็ยากบอกเขาเหมือนกันนะครับ แต่ก็คนละแผนกเลยปล่อยให้หน้าหน้าที่ของหัวหน้าแผนกเขาไปละกัน...”

(ผู้ให้ข้อมูล P11, สัมภาษณ์, 2567)

“...สิ่งที่เราคิดว่าเราให้การแก้ไขปัญหาก็ดีแล้ว บางทีก็มีนะครับ อย่างขนาดตอนที่เราเปลี่ยนอาหารให้แล้ว ลดราคาให้แล้ว ตอนเรียกเก็บเงินก็ไม่มีคอมเพลนอะไรกับเรา แต่เอาไปรีวิวและ ต่อว่าเราว่าเราไม่มีการชดเชยให้ใด ๆ เลย ทั้งที่ความผิดอยู่ที่พนักงานรับออเดอร์ เรายกเลิกด้วยแหละครับตอนนั้นว่า สิ่งที่เราชดเชยให้คุณลูกค้ายินดีหรือไม่...//...น้องมันก็ขอโทษแล้วนะครับเมื่อคืน พอตอนเช้าผมเข้ามาทำงานก็สั่งไว้เลยว่า ถ้าลูกค้าห้องนี้ลงมาทานอาหารเข้าให้เรียกพี่ด้วยนะ เพราะเราต้องไปขอโทษลูกค้าเองอีกครั้ง เพื่อให้มันใจได้ว่าลูกค้ารู้สึกดีขึ้นแล้ว เราทำแบบนี้เป็นประจำ ทุกคนจะรู้ เราลงแจ้งไลน์กลุ่มบอกไว้เลยครับว่ารอบบ่ายนี้มีอะไรบ้าง เพื่อให้ทันต่อการบริการลูกค้า...”

(ผู้ให้ข้อมูล P12, สัมภาษณ์, 2567)

แม้ปัญหาของลูกค้าจะได้รับการแก้ไขเบื้องต้น แต่หากขาดการติดตามผลที่เหมาะสม ก็อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณละเลย การติดตามด้วยคำทักทาย การถามไถ่ด้วยน้ำเสียงที่อบอุ่น หรือการเข้าพบเพื่อขอโทษเพิ่มเติมอย่างมีอาชีพ ล้วนเป็นสัญญาณของความใส่ใจที่สามารถฟื้นฟูความเชื่อมั่นของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีนที่ให้คุณค่ากับการแสดงความรับผิดชอบมากกว่าตัวสิ่งที่ได้รับ การฝึกให้พนักงานเข้าใจความสำคัญของการติดตามผล และรู้จักประเมินผลลัพธ์ทางอารมณ์ของลูกค้า จึงเป็นทักษะสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเล็ก ๆ ลูกกลายมาเป็นรีวิวเชิงลบในภายหลัง และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของโรงแรมในระยะยาว

6. กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับการขายสำหรับลูกค้าชาวจีนในยุคที่พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีน ซึ่งถือเป็นตลาดหลักที่มีศักยภาพสูงสำหรับธุรกิจโรงแรม การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มจึงมีความสำคัญยิ่งกว่าการใช้กลยุทธ์การขายแบบเดิมเพียงอย่างเดียว โรงแรมจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ด้านการบริการและการสื่อสารการตลาดให้ทันกับพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยอาศัยความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความต้องการและวิถีการตัดสินใจของลูกค้าชาวจีนยุคใหม่ ทั้งนี้รวมถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง การใช้ข้อมูลจากการบริการในจุดสัมผัสต่าง ๆ

(Touchpoints) และการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มที่ลูกค้าคุ้นเคย เพื่อสร้างความประทับใจและผลักดันให้เกิดการจอง และการกลับมาใช้บริการซ้ำในระยะยาว โดยในธีมนี้แบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่หลัก และ 4 หมวดย่อย ดังนี้

6.1 การเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าชาวจีนยุคใหม่ พฤติกรรมของลูกค้าชาวจีนสมัยนี้ มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว บางครั้งแค่มีปัจจัยเล็กน้อย ก็อาจเปลี่ยนแผนการเดินทาง หรือการเลือกโรงแรมได้ทันที การให้บริการในธุรกิจโรงแรมจึงต้องอาศัยความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า โดยเฉพาะการจำแนกตามช่วงวัย และการวิเคราะห์พฤติกรรม การใช้เทคโนโลยี เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริการที่เหมาะสม ตรงใจ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมี 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

6.1.1 การวิเคราะห์ลูกค้าชาวจีนในแต่ละช่วงวัย การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามช่วงวัย เป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยให้สามารถออกแบบการบริการและการสื่อสารได้เหมาะสมยิ่งขึ้น ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนภาพของลูกค้าชาวจีนที่นิยมใช้การจองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และมีแนวโน้มจองแบบลาสมินิตเป็นจำนวนมาก ผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 5 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...ลูกค้าที่เข้ามาพักในโรงแรม ส่วนมากแล้วก็จะจองผ่านออนไลน์มาเยอะ น้อยมากที่จะโทรเข้ามาจอง และก็เป็นคนจีนที่ใช้ภาษาอังกฤษได้บ้างนิดหน่อย ไม่ต้องเหน็ดเหนื่อยมากกับการสื่อสาร พวกหนูก็สบายขึ้นมาน้อยกะ และก็เป็คนลาสมินิตมากกว่าจองล่วงหน้ามานาน ๓ ๓ ๓... “ลูกค้าที่เข้ามาพักในโรงแรม ส่วนมากแล้วก็จะจองผ่านออนไลน์มาเยอะ น้อยมากที่จะโทรเข้ามาจอง...”

(ผู้ให้ข้อมูล P1, สัมภาษณ์, 2567)

“...ลูกค้าของเราส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีคนสูงอายุอะคะ มีแต่วัยรุ่นแบบ 30 กว่า ๆ แล้วก็เป็นจีนยุคใหม่ใช้ไอโฟนกันหมดเลย แล้วก็ที่จองเข้าพัก ก็จองผ่านออนไลน์กันหมดคะ มาแบบนี้ พวกหนูชอบ ไม่เหน็ดเหนื่อยกับการใช้ภาษามือและภาษาเขียนมาก... “ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีคนสูงอายุอะคะ มีแต่วัยรุ่นแบบ 30 กว่า ๆ แล้วก็เป็นจีนยุคใหม่ ใช้ไอโฟนกันหมดเลย...”

(ผู้ให้ข้อมูล P2, สัมภาษณ์, 2567)

“...ส่วนใหญ่ที่มีจองเข้ามาจะเป็นลาสมินิตครับ มี Trip.com และ Expedia.com ที่เป็นคนจีน โดยเฉพาะเลยที่จองเข้ามา เราก็มุ่งทำโปรโมท 2 เว็บไซต์นี้อย่างมากครับ เพราะเป็นเอเจนซีที่ทำโปรโมท แล้วเห็นผลตอบรับมากกว่าที่อื่น...”

(ผู้ให้ข้อมูล P9, สัมภาษณ์, 2567)

“...เราจองแล้วก็เข้ามาพักเลย ดูเช็ควิวก่อน จองไม่นาน เราพักในกรุงเทพฯ 5 วัน คาดการณ์ว่า จะพักที่โรงแรมนี้ 2 วัน แล้วย้ายไปสุโขทัยอีก 2 3 วัน ก่อนไปเชียงใหม่ ก่อนมาเราก็เลือกโซนที่จะมาก่อนอยู่แล้ว ครั้งนี้เป็นครั้งที่ 2 ที่มาประเทศไทย แต่เป็นครั้งแรกที่มาโซนนี้...”

(ผู้ให้ข้อมูล P16, สัมภาษณ์, 2567)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่า ลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายจนถึงวัยทำงานช่วงต้น (อายุประมาณ 25-40 ปี) ซึ่งถือเป็นกลุ่ม “คนจีนยุคใหม่” ที่มีความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยี โดยนิยมจองห้องพักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Trip.com หรือ Expedia และมีพฤติกรรมการจองแบบ “ลาสมินิต” มากกว่าการวางแผนล่วงหน้านาน ๆ อีกทั้ง ยังนิยมใช้สมาร์ทโฟนในการค้นหาโรงแรม อ่านรีวิว และเลือกทำเลที่พักแบบยืดหยุ่นตามแผนเดินทางแต่ละวัน

จากข้อมูลที่ได้สะท้อนให้เห็นว่า ลูกค้าชาวจีนส่วนใหญ่ที่เลือกเข้าพักในโรงแรมเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายถึงวัยทำงานตอนต้น ซึ่งมีลักษณะการเดินทางแบบคล่องตัว ไม่ยึดติดกับแผนล่วงหน้า และนิยมจองห้องพักแบบลาสมินิตผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Trip.com หรือ Expedia พฤติกรรมเหล่านี้ แสดงถึงความเป็นลูกค้ายุคใหม่ที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีสูง ใช้สมาร์ทโฟนในการค้นหาและตัดสินใจบริการด้วยตนเอง อีกทั้ง ยังมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับหนึ่ง ซึ่งช่วยลดอุปสรรคในการให้บริการโดยตรง ข้อมูลเหล่านี้ ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการวางกลยุทธ์บริการที่ตอบโจทย์ลูกค้ายุคใหม่อย่างเฉพาะเจาะจง ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบช่องทางสื่อสารที่รวดเร็ว การพัฒนาโปรแกรมระบบเรียลไทม์ การอบรมพนักงานให้เข้าใจพฤติกรรมดิจิทัลของลูกค้า รวมถึงการเตรียมรับมือกับการตัดสินใจที่ฉับไวของกลุ่มลูกค้ายุคใหม่ในแต่ละช่วงวัย เพื่อให้สามารถสร้างประสบการณ์การเข้าพักที่ราบรื่นและน่าประทับใจยิ่งขึ้นในทุกช่วงเวลา

6.1.2 การสังเกตพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและโอกาสทางการขายของลูกค้าชาวจีน แม้แผนขายจะไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรงเสมอไป แต่ข้อมูลจากการสังเกตพฤติกรรมลูกค้าชาวจีน เช่น การอ่านรีวิว แชน กลุ่ม หรือการใช้งานโซเชียลมีเดีย สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบประสบการณ์การให้บริการที่ตอบโจทย์ได้อย่างแม่นยำ ผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 4 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...เราก็มีฐานข้อมูลของลูกค้าเยอะนะครับ สำหรับวิเคราะห์ที่มาของลูกค้าในแต่ละช่วงนะครับ แต่เรายังไม่ได้เอามาใช้จริง ๆ ด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าในแต่ละช่วงจริง ๆ สักทีครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P11, สัมภาษณ์, 2567)

“...เพื่อน ๆ บอกกันในแชทว่า ที่โรงแรมนี้เก็บค่าสบู่นู่นนี่แพงมาก...แต่ก็พูดถึงว่าดีและสะอาด...”

(ผู้ให้ข้อมูล P15, สัมภาษณ์, 2567)

“...ในแชทบอกรว่าห้องสวย ใกล้เคียง MRT เลยตัดสินใจจองที่นี่...”

(ผู้ให้ข้อมูล P16, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลที่ได้สะท้อนให้เห็นว่า พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะการตัดสินใจจากรีวิว แชทกลุ่ม และคำแนะนำจากเพื่อน ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในช่องทางดิจิทัล จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางกลยุทธ์การตลาดและเพิ่มยอดขาย โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าจีนที่ให้ความสำคัญกับ “เสียงจากผู้ใช้งานจริง” มากกว่าการโฆษณาอย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม แม้บางแผนก เช่น แผนกขาย จะมีฐานข้อมูลลูกค้าอยู่ในมือ แต่ยังคงการประยุกต์ใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อออกแบบประสบการณ์บริการ หรือกำหนดกลยุทธ์ทางการขายที่เฉพาะเจาะจงต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจ การอ่านพฤติกรรมดิจิทัล การสังเกตแนวโน้มจากการแสดงความคิดเห็นออนไลน์ และการใช้ข้อมูลเชิงพฤติกรรมในการออกแบบข้อเสนอ หรือสิ่งจูงใจที่เหมาะสม ทั้งหมดนี้ ถือเป็นทักษะใหม่ที่ควรถูกบรรจุอยู่ในแผนการพัฒนาศักยภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถด้านการตลาด และการบริการอย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของลูกค้าชาวจีน

6.2 กลยุทธ์การขายและโปรโมชั่นที่ตรงใจ ในยุคที่ลูกค้ามีข้อมูลเปรียบเทียบกับมือ การให้บริการและการจัดโปรโมชั่นต้องมีความเฉพาะเจาะจง และเชื่อมโยงกับพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทั้งในแง่ของจังหวะเวลา การเข้าใจวัฒนธรรม และการใช้ช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่ให้ความสำคัญกับรีวิวและคำแนะนำจากโซเชียลมีเดีย โดยมี 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

6.2.1 การออกแบบแคมเปญที่ตอบโต้พฤติกรรมลูกค้าจีน การบริการที่สอดคล้องกับช่วงเทศกาล เช่น ตรุษจีน หรือ Golden week สามารถสร้างความรู้สึกที่โรงแรมเข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้า ซึ่งช่วยเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจ ผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 4 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...เราก็พยายามหาวิธีการนะครับในการจัดโปรโมชันต่าง ๆ ให้เข้ากับช่วงเวลาของคนจีน ปีใหม่ ตรุษจีน วันแรงงาน และก็ช่วงตุลาคมที่มีวันหยุดยาว ๆ เราจัดทำโดยปกติอยู่แล้ว ทำแบบนี้ตลอดครับ แต่ก็มีหลายอย่างที่ทำให้บางที Booking ของไม่เข้า ก็ไม่รู้จะทำไหม...”

(ผู้ให้ข้อมูล P11, สัมภาษณ์, 2567)

“...เราเจอในแชทว่าที่นี้ห้องสวย สะดวก และใกล้ MRT มาก เดินทางสะดวก และของกินเยอะ เลยตัดสินใจของที่นี้แทนที่เดิมที่เราแพลนไว้ พอมาก็ถือว่า ตรงกับที่ในแชท แจ้งมา...”

(ผู้ให้ข้อมูล P16, สัมภาษณ์, 2567)

“...เจอในเว็บที่เราหาก่อนที่จะเดินทางมาถึงไทยแล้ว เปรียบเทียบกับโรงแรมบริเวณนี้ และก็อ่านจากรีวิว เราเลยตัดสินใจพักที่นี้ ตอนที่จองได้ราคาพิเศษสำหรับเข้าพัก 2 คืน เราคิดว่า เราน่าจะพักต่ออีก 2 คืน ที่นี้สะดวก ใกล้ MRT มาก และเรารู้สึกปลอดภัยที่ได้พักที่นี้...”

(P17 นามสมมติ, 2567)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่า การออกแบบแคมเปญที่สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ตรุษจีน Golden week หรือวันหยุดยาวตามปฏิทินจีน เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความรู้สึกใกล้ชิดและเพิ่มความประทับใจในแบรนด์ของโรงแรมได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ การใช้รีวิวออนไลน์และข้อมูลจากแพลตฟอร์มจองที่ลูกค้านิยม เช่น Trip.com หรือ CTrip ยังเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า อย่างไรก็ตาม แม้โรงแรมจะพยายามจัดโปรโมชันในช่วงเวลาดังกล่าวแล้ว แต่กลับยังพบปัญหาเรื่องการตอบรับที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะของพนักงานด้านการตลาดและการขาย ให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนอย่างลึกซึ้ง ทั้งในแง่ของวัฒนธรรม การจับจังหวะการสื่อสาร และการประยุกต์ใช้ข้อมูลออนไลน์ในการออกแบบข้อเสนอที่ตรงจุดมากขึ้น การฝึกอบรมในด้านการวางแผนแคมเปญเฉพาะกลุ่ม และการวิเคราะห์พฤติกรรมดิจิทัลจึงถือเป็น Training needs ที่สำคัญ ในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของโรงแรมในตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน

6.2.2 การใช้แพลตฟอร์มจีนในการสื่อสารการตลาด เพื่อให้ทันต่อ

ความต้องการของลูกค้าและบริการ การสื่อสารกับลูกค้าชาวจีนอย่างได้ผล ต้องอาศัยแพลตฟอร์มที่ลูกค้าใช้งานจริง เช่น Trip.com, WeChat หรือ CTrip.com ซึ่งช่วยให้โรงแรมเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงและต่อเนื่อง พร้อมสร้างความเชื่อมั่น ผู้ให้ข้อมูลได้ให้รายละเอียด จำนวน 5 คน ยกตัวอย่างที่กล่าวถึง ดังนี้

“...เราเพิ่มการทำการตลาดโดยปรับแผนอยู่เรื่อย ๆ โดยที่เราร่วมมือกับหลายบริษัทของจีนทั้ง Expedia.com Trip.com และ CTrip.com ซึ่งล้วนแต่เป็นบริษัทที่คนจีนนิยมจองเข้ามา แต่ก็ได้ผลบ้าง ไม่ได้ผลบ้าง ตามโอกาสเทศกาล...”

(ผู้ให้ข้อมูล P9, สัมภาษณ์, 2567)

“...ฝ่ายขายเราก็ทำการหลายช่องทางนะครับ แต่ที่เราทำอยู่เป็นเพียงช่องทางที่นิยมกันแบบทั่ว ๆ ไปยังไม่ได้ทำการเจาะลึกลงไปในกลุ่มตลาดของคนจีนจริง ๆ เลยทำแต่ตลาดจีนที่เป็น Inbound แต่จะให้ลูกขึ้นไปทำตลาดที่บุกแบบเว็บไซต์จีนเลย ยังไม่มีครับ...”

(ผู้ให้ข้อมูล P11, สัมภาษณ์, 2567)

“...Weibo มีหลายโรงแรมเปรียบเทียบว่าจะทำการจองที่นี้ ราคา รีวิว ความสะดวก และความปลอดภัยสำคัญสุด แต่ก็ไม่ได้หวังนะ มาถึงก็ได้รับการต้อนรับที่ดี แต่จะดีมากหากมีฟ้าเย็นตอนมาถึง เพราะร้อนมาก...”

(ผู้ให้ข้อมูล P16, สัมภาษณ์, 2567)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า โรงแรมควรให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ลูกค้าชาวจีนใช้งานจริง เช่น Trip.com, WeChat หรือ CTrip.com ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงเป้า แต่ยังเพิ่มโอกาสในการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีแก่โรงแรม อย่างไรก็ตาม การตลาดที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ยังไม่ลงลึกในเชิงวัฒนธรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนมากนัก จึงควรพัฒนาแนวทางที่เฉพาะเจาะจงและทันสมัยยิ่งขึ้น

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า แม้โรงแรมจะมีความพยายามในการใช้แพลตฟอร์มยอดนิยมของลูกค้าชาวจีนอย่าง Trip.com, WeChat หรือ CTrip.com ในการสื่อสารการตลาด แต่ก็ยังเป็นเพียงการใช้งานในระดับทั่วไป ยังไม่ถึงขั้นเจาะลึก หรือใช้ศักยภาพของแพลตฟอร์มเหล่านี้อย่างเต็มที่ ขณะที่ลูกค้าชาวจีนกลับให้ความสำคัญกับข้อมูล รีวิว ความสะดวก และความเชื่อมั่นที่ได้รับจากช่องทางเหล่านี้สูงมาก สิ่งที่จะสะท้อนออกมาอย่างเด่นชัดคือ ช่องว่างระหว่างพฤติกรรมของลูกค้ากับวิธีการสื่อสารของโรงแรม ซึ่งอาจทำให้เสียโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แท้จริง การพัฒนาแนวทางการตลาดให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมการใช้ภาษาจีนบนแพลตฟอร์มยอดนิยม และการวิเคราะห์ข้อมูลจากรีวิว หรือโซเชียลมีเดียจีน จึงถือเป็นความต้องการที่จะฝึกอบรม (Training needs) ที่สำคัญ ที่ควรบรรจุไว้ในแผนการอบรม เพื่อให้ทีมงานเข้าใจตลาดจีนเชิงลึก และสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากผลการศึกษาระยะที่ 1 ด้านสภาวะการณ์ด้านการฝึกอบรมในโรงแรมระดับ 4 ดาว แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่า แม้โรงแรมจะมีประสบการณ์ในการให้บริการลูกค้าชาวจีนมาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงขาดแนวทางการฝึกอบรมที่เป็นระบบ และแนวทางการฝึกอบรมในกลุ่ม

ลูกค้าเฉพาะชาวจีน ส่งผลให้พนักงานขาดความมั่นใจในการตอบสนองต่อพฤติกรรม และความคาดหวังของลูกค้ากลุ่มนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านภาษาจีนเบื้องต้น การใช้เทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการบริการ การจัดการข้อร้องเรียน รวมถึงทักษะการขายในบริบทวัฒนธรรมจีน นอกจากนี้ ยังพบว่า การถ่ายทอดองค์ความรู้ในโรงแรมส่วนใหญ่ยังเป็นไปแบบไม่เป็นทางการ การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและการสังเกตเพื่อนร่วมงานมีบทบาทสูง ในขณะที่การอบรม แบบมีหลักสูตรที่สอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง และปัญหาหน้างานยังมีน้อยมาก พนักงานหลายคนแม้จะมีจิตสำนึกในการบริการ แต่ขาดแนวทางที่ชัดเจนในการเปลี่ยนความตั้งใจดี ให้กลายเป็นพฤติกรรมบริการที่มีคุณภาพ และที่สำคัญ คือ พนักงานแต่ละแผนกมีลักษณะงาน และจุดเน้นในการบริการที่แตกต่างกัน จึงไม่สามารถใช้วิธีการฝึกอบรมแบบชุดเดียวกันได้กับทุกกลุ่ม

ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า ปัญหาที่เกิดขึ้น ไม่ใช่เพียงด้านทักษะของบุคลากรเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการภายใน เช่น ขาดการเก็บข้อมูลลูกค้าอย่างเป็นระบบ ขาดการใช้ข้อมูลพฤติกรรมออนไลน์เพื่อวางกลยุทธ์การตลาด และขาดเครื่องมือในการสื่อสาร ที่ตอบโต้กับเทคโนโลยีที่ลูกค้าชาวจีนนิยมใช้ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้ามักอาศัยวิจารณญาณ ของพนักงานแต่ละคนเป็นหลัก ซึ่งแม้จะเป็นความพยายามที่น่าชื่นชม แต่ก็อาจไม่เพียงพอ ในการสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้าหลักในระยะยาว

จากภาพรวมปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์ความต้องการด้านการฝึกอบรม (Training needs) ออกมาเป็นแนวทางการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่ตอบโต้จริง โดยอ้างอิง กรอบแนวคิด 70: 20: 10 Model เพื่อออกแบบหลักสูตรที่ประกอบด้วย 6 โมดูลหลัก ครอบคลุม ทั้งด้านจิตสำนึกแห่งการบริการ การสื่อสาร เทคโนโลยี ทักษะการบริการ การจัดการปัญหา และกลยุทธ์การขายให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมจีน

การวางรากฐานจากผลการศึกษาในระยะที่ 1 จึงมีบทบาทสำคัญในการนำไปสู่ การออกแบบโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรมในระยะที่ 2 ซึ่งไม่เพียงตอบโต้ด้านทักษะ แต่ยังยกระดับการเรียนรู้ของทั้งโรงแรมให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ได้จริง กับพนักงานทุกระดับอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัยระยะที่ 1

สรุปผลการวิจัยระยะที่ 1 มีรายละเอียดดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 สรุปข้อค้นพบจากการศึกษาสภาวะการณ์

ปัญหาที่พบ (Pain point)	ความจำเป็นในการพัฒนา (Training needs)	โมดูลฝึกอบรมที่พัฒนา ในระยะที่ 2
พนักงานเรียนรู้จาก การสังเกต ไม่มีระบบ ฝึกอบรมที่ชัดเจน ไม่สามารถสื่อสาร ภาษาจีนได้อย่างมั่นใจ โดยเฉพาะในแผนก หลังบ้าน	พัฒนาทักษะพื้นฐาน การให้บริการแบบมีระบบ และเข้าใจลูกค้าชาวจีน ฝึกการใช้ภาษาจีนเชิงปฏิบัติ ที่สอดคล้องกับบริบท แต่ละแผนก	โมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐาน ด้านการให้บริการที่เป็นเลิศ สำหรับลูกค้าชาวจีน โมดูลที่ 2 ภาษาจีน เพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับ คุณภาพการบริการ
ขาดความมั่นใจ ในการใช้แอป หรือระบบจอง ที่ลูกค้าชาวจีนใช้งาน	เสริมทักษะการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้บริการได้อย่างคล่องตัว	โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยี เพื่อยกระดับการบริการ
ไม่สามารถตอบสนอง สถานการณ์เฉพาะหน้า ได้ดี โดยเฉพาะช่วงพีค	ฝึกทักษะการให้บริการที่ยืดหยุ่น และเข้าใจลูกค้า	โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะ การให้บริการที่เป็นเลิศ กับลูกค้าชาวจีน
ขาดการเตรียมรับมือ เมื่อลูกค้าไม่พอใจ หรือต้องการพิเศษ	ฝึกการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และเปลี่ยนเป็นความประทับใจ	โมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหา เป็นความประทับใจ
พนักงานไม่เข้าใจ วิธีสร้างความสัมพันธ์ และปิดการขาย แบบที่ลูกค้าจีนต้องการ	พัฒนาทักษะการขาย และการสร้างความสัมพันธ์ ตามวัฒนธรรมจีน	โมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจ เพื่อการขาย

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 13 ข้อค้นพบสำคัญของการศึกษาสภาวะการณ์ด้านการฝึกอบรมจากการศึกษาสภาวะการณ์ในระยะที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้จัดการแผนก พนักงาน และลูกค้าชาวจีน รวมถึงการสังเกตการณ์การให้บริการจริงในโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษา พบว่า

การฝึกอบรมที่มีอยู่ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าชาวจีนได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในมิติของภาษา วัฒนธรรม และวิธีการบริการเชิงประสบการณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการจัดระบบข้อมูลในรูปแบบธีม หมวดหมู่หลัก และรหัสเนื้อหา (Theme-Category-Subcategory) ส่งผลให้สามารถสังเคราะห์ข้อค้นพบ ออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ ข้อค้นพบด้านปัญหา (Pain point) และข้อค้นพบด้านความจำเป็น ในการพัฒนา (Training needs) ซึ่งแต่ละข้อค้นพบได้ถูกใช้เป็นแนวทางสำคัญในการออกแบบ โปรแกรมฝึกอบรมที่มีความเฉพาะเจาะจงต่อกลุ่มลูกค้าชาวจีน โดยสามารถสรุปการเชื่อมโยง ระหว่างข้อค้นพบกับโมดูลฝึกอบรมในระบะที่ 2 ได้ดังตารางที่ 13

สรุปจากการศึกษาสถานการณ์ด้านการฝึกอบรมในระบะที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์การให้บริการจริง และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ อย่างเป็นระบบ พบว่า โรงแรมยังขาดระบบการฝึกอบรมที่ตอบสนองต่อความคาดหวังเฉพาะ ของลูกค้าชาวจีน ทั้งในมิติของภาษา วัฒนธรรม และลักษณะการบริการที่เน้นประสบการณ์ตรง การวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบธีม หมวดหมู่หลัก และรหัสเนื้อหา ได้สะท้อนข้อค้นพบสำคัญ 2 ประการ คือ ข้อค้นพบด้านปัญหา (Pain point) เช่น การขาดระบบฝึกอบรมเฉพาะกลุ่ม พนักงานไม่สามารถใช้เทคโนโลยี หรือสื่อสารภาษาจีนได้อย่างมั่นใจ และการตอบสนองต่อ สถานการณ์เฉพาะหน้าที่ยังไม่เป็นระบบ

ข้อค้นพบด้านความจำเป็นในการพัฒนา (Training needs) ซึ่งครอบคลุมการเสริมสร้าง ทักษะด้านการบริการ ภาษาจีน เทคโนโลยี การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และกลยุทธ์การขาย ที่เหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน

ข้อค้นพบทั้งหมดนี้ ได้นำไปสู่การออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมจำนวน 6 โมดูล ในระบะที่ 2 ซึ่งพัฒนาโดยอ้างอิงจากปัญหาและความจำเป็นที่ค้นพบจริงในบริบทของโรงแรม ที่ให้บริการลูกค้าชาวจีน โดยมีการเชื่อมโยงระหว่าง Pain point-training needs- โมดูลฝึกอบรม อย่างเป็นระบบ ดังแสดงในตารางที่ 13 กล่าวโดยสรุป การวิจัยในระบะที่ 1 ได้ให้ข้อมูลเชิงลึก ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเฉพาะทาง ซึ่งสามารถตอบสนองต่อ บริบทการให้บริการลูกค้าชาวจีนในโรงแรมอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นฐานสำคัญที่นำไปสู่ การพัฒนาโปรแกรมในระบะที่ 2 อย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง

ระบะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

ในระบะที่ 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมโดยอ้างอิงแนวทางการวิจัย และพัฒนา (Research and development: R & D) ที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างนวัตกรรม หรือต้นแบบ

ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงเฉพาะของโรงแรม ในขั้นตอนแรกของระยะนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำโครงร่างโมดูลเบื้องต้น ทั้ง 6 โมดูลขึ้นด้วยตนเอง โดยอาศัยข้อมูลจากการศึกษาสภาวะการณ์ในระยะที่ 1 ร่วมกับกรอบแนวคิดทางทฤษฎีจากบทที่ 2 ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ตามสัดส่วน 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996) การยกร่างโมดูลในลักษณะนี้ สอดคล้องกับแนวทางของ Dick & Carey (1996) ซึ่งเสนอว่า การออกแบบการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ควรเริ่มจากการวิเคราะห์ปัญหาในบริบทจริง และใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพร่วมกับหลักฐานเชิงทฤษฎีในการกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ เนื้อหา วิธีการ และกิจกรรมฝึกอบรม

ดังนั้น โครงร่างโมดูลทั้ง 6 ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้เบื้องต้นนี้ จึงถือเป็นโครงร่างต้นแบบที่มีฐานจากข้อมูลภาคสนามจริง และมีการเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดทางทฤษฎีอย่างเป็นระบบ ก่อนจะนำไปเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบด้วยการทำสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ และนำผลไปผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม

ตารางที่ 14 ผลการยกร่างโมดูลที่ 1

ชื่อโมดูลที่ 1	สภาวะการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
หลักการพื้นฐาน ด้านการให้บริการ ที่เป็นเลิศสำหรับ ลูกค้าชาวจีน	1. พนักงานมีความตั้งใจ ในการให้บริการที่ดี แต่ยังขาดความเข้าใจ ในวัฒนธรรม ความคาดหวัง และ พฤติกรรมของลูกค้า ชาวจีนอย่างแท้จริง	แนวคิด 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996)	การออกแบบการฝึกอบรม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 การบรรยาย ร่วมกับการอภิปรายกลุ่ม (Lecture and group discussion) และส่วนที่ 2 การปฏิบัติแบบเวิร์กชอป (Workshop) เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์เชิงปฏิบัติ ให้กับผู้เข้าอบรม
	2. พนักงานยังขาด ความเข้าใจ พฤติกรรม วัฒนธรรม และ ความคาดหวังของ ลูกค้าชาวจีน		1. มีการใช้กิจกรรม วิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เพื่อให้ผู้เรียน ได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคจากประสบการณ์จริง ในการทำงาน แล้วนำข้อมูลไปสู่
	3. พนักงานมีทัศนคติที่ดี ต่อการบริการแต่ยัง		การสรุปแนวทางการพัฒนาตนเอง และการบริการ

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ชื่อโมดูลที่ 1	สถานการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	แนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
	ไม่สามารถแสดงออก ได้อย่างเหมาะสม ในสถานการณ์จริง 4. การฝึกอบรมใน ปัจจุบันยังไม่เน้นเรื่อง การเข้าใจวัฒนธรรม และทัศนคติ การบริการที่ดี		2. ใช้กิจกรรมต่าง ๆ เช่น การอภิปราย (Discussion) การสวมบทบาทสมมติ (Role play) การสะท้อนความคิด ผ่านการคัดสะท้อนความรู้สึก (Reflection) และการคัดคำสำคัญ เพื่อกระตุ้นการคิด (Keyword card) 3. เพื่อส่งเสริมกระบวนการคิดวิเคราะห์ และการลงมือปฏิบัติจริง ใช้สื่อการเรียนรู้ (Learning materials) ที่หลากหลาย เช่น สไลด์นำเสนอ (Power point presentation) วิดีโอสั้น (Short videos) และกรณีศึกษาเฉพาะ (Customized case studies) ซึ่งออกแบบขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าอบรม สามารถเข้าใจบริบททางวัฒนธรรม ของลูกค้าชาวจีนได้อย่างลึกซึ้ง

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

การออกแบบการฝึกอบรมในโมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศ สำหรับลูกค้าชาวจีน

จากตารางที่ 14 จากปัญหาที่พบในระยชที่ 1 พบว่า พนักงานโรงแรมมีความตั้งใจ
ในการให้บริการที่ดี แต่ยังคงขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรม พฤติกรรม และความคาดหวัง
ของลูกค้าชาวจีน ทำให้การแสดงออกทางทัศนคติในการบริการยังไม่สามารถสะท้อนออกมา
ได้อย่างเหมาะสมในสถานการณ์จริง ผู้วิจัยจึงออกแบบโมดูลที่ 1 ภายใต้อัชื่อ หลักการพื้นฐาน
ด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีนโดยมุ่งเน้นให้พนักงานมีความเข้าใจบริบท
ของลูกค้าชาวจีนในมิติต่าง ๆ ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

โครงสร้างของโมดูลนี้ใช้แนวคิด 70: 20: 10 Model เป็นแกนหลัก โดยออกแบบกิจกรรมฝึกรอบที่เชื่อมโยงการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง ร่วมกับการสะท้อนความรู้สึกรู้จากสถานการณ์จำลอง และการอภิปรายเชิงวิเคราะห์ โดยช่วงแรกของการฝึกรอบเน้นการสร้างความเข้าใจเรื่องคุณภาพการบริการ ผ่านการบรรยายประเด็นสำคัญ เช่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรม การให้บริการแบบเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มลูกค้าชาวจีน และความคาดหวังที่มักพบในสถานการณ์จริง ต่อจากนั้นจะเป็นกิจกรรมกลุ่ม (Workshop) ที่ใช้กระบวนการการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) เช่น การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) จากประสบการณ์ของผู้เข้าอบรมจริง เพื่อให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงในการให้บริการลูกค้าชาวจีนของตนเอง จากนั้นใช้การจำลองบทบาทสมมติ (Role play) และกรณีศึกษา (Case study) เพื่อจำลองสถานการณ์การให้บริการที่ท้าทายจริงในโรงแรม พร้อมให้ผู้เรียนสวมบทบาท (Role enactment) ฝึกการใช้ภาษากาย (Body language) น้ำเสียง (Tone of voice) และทัศนคติ (Attitude) ที่เหมาะสม รวมถึงการใช้บัตรสะท้อนความคิด (Reflection card) เพื่อสะท้อนตนเองและสรุปบทเรียนร่วมกันในกลุ่ม

นอกจากนี้ ยังใช้สื่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย (Diverse learning materials) ได้แก่ ภาพอินโฟกราฟิก (Infographic) สไลด์นำเสนอ (Power point) วิดีโอสั้น (Short video) ที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ เพื่อให้เข้าใจวัฒนธรรมและความรู้สึกของลูกค้าชาวจีนอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น กิจกรรมทั้งหมดจะดำเนินในลักษณะกลุ่มขนาดเล็ก เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์จริงระหว่างแผนกต่าง ๆ กล่าวโดยสรุป โมดูลที่ 1 มีเป้าหมายเพื่อวางรากฐานของทัศนคติและความเข้าใจต่อคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน ผ่านการฝึกคิด วิเคราะห์ และฝึกปฏิบัติจริง โดยเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองและเพื่อนร่วมงาน อันเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาโมดูลต่อ ๆ ไปในหลักสูตรอย่างเป็นระบบ

ตารางที่ 15 ผลการขกร่างโมดูลที่ 2

ชื่อโมดูลที่ 2	สภาวะการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
ภาษาจีน เพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับ คุณภาพ การบริการ	1. พนักงานไม่สามารถ สื่อสารภาษาจีน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. เกิดความคลาดเคลื่อน ในการเข้าใจคำถาม หรือคำร้องขอ ของลูกค้าชาวจีน เช่น การสอบถามข้อมูล การแจ้งปัญหา การขอเปลี่ยนห้อง 3. พนักงาน มีความต้องการที่จะ สื่อสารกับลูกค้าชาวจีน ในการให้บริการ 4. พนักงาน มีความต้องการทราบ คำศัพท์ เกี่ยวกับงาน ในแผนกหน้าที่ ของตัวเอง	แนวคิด 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996)	ฝึกบทสนทนาจริงในงานโรงแรม เช่น การต้อนรับลูกค้า การรับออเดอร์อาหาร การสอบถามเวลาเช็คเอาท์ ดังนี้ 1. ใช้กิจกรรมการสวมบทบาทสมมติ (Role play) 2. แผนภาพสารสนเทศ (Infographic) และการ์ดคำถาม-คำตอบ (Q & A Card) 3. เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสถานการณ์ จำลองและสื่อที่หลากหลาย 4. ประเมินผลด้วยการจำลองบทสนทนา (Simulation Conversation) เพื่อวัดทักษะ การสื่อสารในสถานการณ์ใกล้เคียง ความเป็นจริง 5. แบ่งการเรียนรู้ตามแนวคิด 70: 20: 10 (70: 20: 10 Learning model) ได้แก่ การฝึกปฏิบัติในสถานที่ทำงานจริง (70%-Learning on the job) การเรียนรู้ จากการโค้ช หรือเพื่อนร่วมงาน (20%-Coaching and peer learning) และการเรียนรู้ในห้องฝึกอบรม (10%-Formal classroom learning)

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

การออกแบบการฝึกอบรมในโมดูลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพ การบริการ

จากตารางที่ 15 ปัญหาที่พบในระยะที่ 1 ซึ่งสะท้อนว่า พนักงานโรงแรมมีความต้องการ
ในการสื่อสารกับลูกค้าชาวจีน แต่ยังขาดทักษะด้านภาษาจีนที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เช่น

การสื่อสารเบื้องต้น การตอบคำถาม หรือการรับคำร้องขอจากลูกค้า ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อน หรือความล่าช้าในการให้บริการ โดยเฉพาะในจุดสัมผัสสำคัญอย่างแผนกต้อนรับ ห้องอาหาร และแม่บ้าน โมดูลที่ 2 จึงถูกออกแบบภายใต้แนวคิด 70: 20: 10 Model โดยมีเป้าหมาย เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อสารภาษาจีนในระดับที่เหมาะสมกับบริบทของงานบริการแต่ละแผนก ได้อย่างมั่นใจและเป็นธรรมชาติ

กิจกรรมการเรียนรู้ในโมดูลนี้ จึงแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะหลัก ได้แก่การเรียนรู้ในห้องเรียน ร้อยละ 10 (Formal learning-10%) ประกอบด้วยการเรียนคำศัพท์เฉพาะตามบริบทของแต่ละแผนก เช่น คำศัพท์ในงานต้อนรับ การให้ข้อมูลเวลาเช็คอิน/ เช็คเอาท์ (Check-in/ Check-out) การแนะนำสถานที่ การสั่งอาหาร ฯลฯ พร้อมใช้สื่อภาพประกอบ (Infographic) และการ์ดคำถาม-คำตอบ (Q & A Card) เพื่อช่วยในการจดจำคำศัพท์ได้ง่ายและรวดเร็ว

การเรียนรู้ผ่านผู้อื่น ร้อยละ 20 (Social learning-20%) ผ่านกิจกรรมกลุ่ม เช่น การจับคู่ฝึกสนทนา (Pair role play) การถามตอบในบริบทจำลองสถานการณ์จริง (Simulated context dialogue) พร้อมได้รับคำแนะนำจากผู้ฝึกสอน หรือหัวหน้างาน (Trainer or supervisor)

การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง ร้อยละ 70 (On-the-job learning-70%) ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ฝึกใช้ภาษาจีนในสถานการณ์จริง เช่น ให้พนักงานทดลองพูดกับลูกค้าชาวต่างชาติ ภายใต้อาณัติ (Coaching) จากหัวหน้างาน หรือจัดการสนทนาจำลองสถานการณ์ (Simulation conversation) เพื่อจำลองเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละแผนก โมดูลนี้ ยังออกแบบให้เหมาะสมกับความแตกต่างระหว่างแผนก โดยปรับบทสนทนาและคำศัพท์ให้สอดคล้องกับบริบทของงาน เช่น พนักงานแม่บ้านเน้นคำขอเรื่องความสะดวกและสิ่งของในห้อง แผนกต้อนรับเน้นการต้อนรับและอธิบายข้อมูลโรงแรม ส่วนแผนกอาหารและเครื่องดื่มจะเน้นคำศัพท์การรับออเดอร์และแจ้งโปรโมชัน เป็นต้น โดยรวมแล้ว โมดูลที่ 2 มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนในระดับปฏิบัติงานจริง เพิ่มความมั่นใจ ลดความผิดพลาด และยกระดับคุณภาพการบริการให้ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 16 ผลการขกร่างโมดูลที่ 3

ชื่อโมดูลที่ 3	สถานการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
การใช้ เทคโนโลยี เพื่อการ ยกระดับ การบริการ ที่เป็นเลิศ สำหรับลูกค้า ชาวจีน	1. ลูกค้าชาวจีนคาดหวัง ความสะดวกรวดเร็ว จากการใช้เทคโนโลยี เช่น การสแกน QR Code การชำระเงิน ผ่านมือถือ (WeChat Pay, Alipay) 2. พนักงานยังขาด ความมั่นใจและทักษะ ในการใช้งาน เทคโนโลยี เพื่อสนับสนุน การให้บริการลูกค้า ชาวจีน 3. เกิดปัญหาเมื่อลูกค้า ต้องการใช้เทคโนโลยี แล้วพนักงาน ไม่สามารถ ให้คำแนะนำได้	แนวคิด 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996)	1. ฝึกใช้เทคโนโลยีจริงในสถานการณ์จำลอง เช่น การแนะนำลูกค้าใช้งาน QR Code ชำระเงิน 2. กิจกรรมกลุ่ม (Workshop) แบ่งกลุ่มฝึก การใช้แอปจริงในสถานการณ์ เช่น การจอง การแจ้งเตือน 3. การเรียนรู้แบบ 70: 20: 10 คือ ฝึกจริง ในงาน การโค้ช (Coaching) และเรียนรู้ ในคลาสย่อย

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

การออกแบบการฝึกอบรมในโมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน

จากตารางที่ 16 ข้อมูลในระยะที่ 1 พบว่า ลูกค้าชาวจีนมีความคาดหวังต่อความสะดวกรวดเร็ว และทันสมัยในการให้บริการ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การชำระเงินผ่านมือถือ การใช้งานแอปพลิเคชัน และการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อย่างไรก็ตาม พนักงานในโรงแรมหลายคนยังขาดทักษะ ความมั่นใจ และแนวทางการใช้งานเทคโนโลยี

อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการให้บริการจริง โมเดลนี้จึงออกแบบโดยใช้แนวคิด 70: 20: 10 Model ควบคู่กับแนวคิดการเรียนรู้ภาษาที่เน้นบริบทจริง (Context-based learning) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีผ่านการปฏิบัติจริง การเรียนรู้จากผู้อื่น และการอบรมในห้องเรียนอย่างสมดุล

กิจกรรมในโมเดลนี้แบ่งเป็น 5 ส่วนหลัก เริ่มจากการบรรยายเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของลูกค้าชาวจีน และเทคโนโลยียอดนิยม เช่น WeChat, Alipay, Dianping และแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์ ต่อด้วยกิจกรรมกลุ่ม (Workshop) จำลองสถานการณ์การใช้งานจริง เช่น การช่วยลูกค้าใช้ QR Code การอธิบายขั้นตอนชำระเงิน การสื่อสารผ่านแอป ฯลฯ โดยจัดกลุ่มฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริง นอกจากนี้ ยังมีช่วงการโค้ช (Coaching) ที่ให้ผู้ฝึกอบรมได้ร่วมกันสะท้อนประสบการณ์การใช้งานจริงในงาน พร้อมแนะแนวทางการปรับปรุงทักษะผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานต่างแผนก อีกทั้ง ยังมีการเรียนรู้ในคลาสย่อยโดยใช้สถานการณ์จำลอง (Simulation) และกรณีศึกษา (Case study) เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกคิดและวิเคราะห์ปัญหาที่แท้จริงจากประสบการณ์ที่อาจเผชิญในงานบริการ

การฝึกอบรมในโมเดลนี้ ไม่เพียงมุ่งเน้นให้พนักงานมีทักษะทางเทคนิค แต่ยังเน้นสร้างความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยี เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าชาวจีนอย่างแท้จริง อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของโรงแรมให้ทันสมัยและเชื่อถือได้มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 17 ผลการยกร่างโมเดลที่ 4

ชื่อโมเดลที่ 4	สภาการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก	แนวคิด	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
	การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	
การฝึกทักษะ การให้บริการ ที่เป็นเลิศกับ ลูกค้าชาวจีน สำหรับลูกค้า ชาวจีน	1. แผนกต้อนรับ (Front office) 1.1 ขาดทักษะควบคุม สถานการณ์ลูกค้า โกรธ หรือเข้าใจผิด	แนวคิด 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996)	1. ออกแบบกิจกรรมแยกตามแผนก เช่น แผนกต้อนรับ ฝึกบทบาทสมมติ (Role play) รับมือกับสถานการณ์ลูกค้า แผนกอาหารและเครื่องดื่ม ออกแบบ การจำลองการเสนอเมนู แผนกแม่บ้าน ทำกรณีการปูเตียง

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ชื่อโมดูลที่ 4	สภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
	1.2 ไม่สามารถใช้คำพูด หรือทำที่ที่สะท้อน ความใส่ใจในบริบท วัฒนธรรมจีน 2. แผนกอาหาร และเครื่องดื่ม (F & B) 2.1 ไม่มั่นใจ การแนะนำเมนู ให้เหมาะกับสนิม ลูกค้ายจีน 2.3 ไม่สามารถรับมือ กับคำร้องเรียน ที่มาพร้อมอารมณ์ 3. แผนกแม่บ้าน (Housekeeping) 3.1 เข้าไปบริการใน ห้องลูกค้าโดยไม่ได้รับ อนุญาตชัดเจน 3.2 ขาดความเข้าใจ ความเชื่อ หรือ พฤติกรรมเฉพาะ ของลูกค้ายจีน 4. แผนกขาย (Sales) 4.1 สื่อสารไม่ตรง ความต้องการลูกค้ายจีน 4.2 ขาดทักษะการสร้าง ความสัมพันธ์ ระยะยาว		2. จัดให้มีพนักงานต้นแบบในแต่ละแผนก สำหรับแลกเปลี่ยนและเป็นตัวอย่าง

การออกแบบการฝึกอบรมในโมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้า ชาวจีน

จากตารางที่ 17 ปัญหาเฉพาะของแต่ละแผนกที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าชาวจีน ผู้วิจัยจึงออกแบบโมดูลที่ 4 ภายใต้ชื่อ “การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน” โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างทักษะเฉพาะของพนักงานให้สามารถรับมือกับสถานการณ์จริงได้อย่างมืออาชีพ สอดคล้องกับวัฒนธรรม ความคาดหวัง และพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มนี้ โมดูลนี้ ถูกออกแบบให้มีลักษณะเฉพาะตามลักษณะงานของแต่ละแผนก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน และแผนกขาย ซึ่งแต่ละส่วนจะมีกิจกรรมฝึกอบรมที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เช่น แผนกต้อนรับเน้นการจำลองสถานการณ์สมมติ (Role play) รับมือกับลูกค้าโกรธ หรือเข้าใจผิด แผนกอาหารและเครื่องดื่มใช้สถานการณ์จำลองการแนะนำเมนูให้เหมาะกับลูกค้าจีน แผนกแม่บ้านฝึกทำกรณีทำความสะอาด (Case-based cleaning) ที่คำนึงถึงความเชื่อและวัฒนธรรมของลูกค้า และแผนกขายฝึกการสื่อสารเชิงสัมพันธ์และการเข้าใจความต้องการเชิงลึกของลูกค้า

กิจกรรมในแต่ละแผนกถูกออกแบบโดยใช้กรอบแนวคิด 70: 20: 10 โมเดล (70: 20: 10 Model) ควบคู่กับแนวทางการเรียนรู้แบบเน้นบริบทจริง (Context-based learning) เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะงานจริงของพนักงาน โดยเริ่มจาก การอบรมในห้องเรียน (Training session) เพื่อปูพื้นฐานด้านความรู้และทักษะที่จำเป็น จากนั้น จึงเข้าสู่ขั้นตอนของการฝึกปฏิบัติจริงในงาน (On-the-job coaching) โดยมีหัวหน้างาน หรือผู้ฝึกสอนคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด และปิดท้ายด้วยกิจกรรมสะท้อนคิด (Reflection session) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ แสดงความคิดเห็น และสรุปบทเรียนจากสถานการณ์ที่เผชิญจริงในการปฏิบัติงาน โดยผสมผสานข้อมูลจากสถานการณ์จริงภายในโรงแรมที่เกิดขึ้นกับลูกค้าชาวจีน ซึ่งช่วยให้การฝึกอบรมมีความสมจริง และเกิดการเรียนรู้ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในแง่ของการเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม การสื่อสารอย่างมืออาชีพ และการสร้างความประทับใจในการบริการ

ตารางที่ 18 ผลการขกร่างโมดูลที่ 5

ชื่อโมดูลที่ 5	สถานการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
การเปลี่ยน ปัญหาเป็น ความ ประทับใจ ให้ลูกค้า ชาวจีน	1. พนักงานบางคน ยังตอบสนองต่อ คำร้องเรียนของลูกค้า ชาวจีนในเชิงปฏิเสธ หรือตอบแบบไม่เห็นใจ 2. ไม่สามารถเปลี่ยน สถานการณ์ที่ลูกค้า ไม่พอใจให้กลับมาเป็น ความรู้สึกดีได้ 3. การแก้ปัญหา เฉพาะหน้า ไม่สอดคล้องกับ ความคาดหวัง เชิงวัฒนธรรมจีน เช่น การอธิบายยืดยาว แทนการขอโทษ อย่างจริงจัง 4. พนักงานไม่มีทักษะ การควบคุมอารมณ์ และไม่สามารถรับฟัง เชิงลึกได้ใน สถานการณ์วิกฤต	แนวคิด 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996)	1. กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อฝึกทักษะการแก้ไข ปัญหาในการให้บริการ (Service recovery skills) ประกอบด้วยกิจกรรมหลากหลาย รูปแบบ เพื่อให้พนักงานสามารถรับมือกับ สถานการณ์ที่ท้าทายได้อย่างมืออาชีพ โดยมีกิจกรรมหลัก ดังนี้ 1.1 กิจกรรมจำลองสถานการณ์การรับมือ กับข้อร้องเรียน (Service recovery simulation) เพื่อให้ผู้เรียนได้เผชิญกับ สถานการณ์ใกล้เคียงกับความเป็นจริง ในบริบทของโรงแรม 1.2 ฝึกการใช้ขอโทษอย่างสุภาพ (Polite apology phrases) โดยคำนึงถึง บริบทของวัฒนธรรมจีน เพื่อแสดง ความเคารพและเข้าใจความรู้สึก ของลูกค้า 1.3 การแสดงบทบาทสมมติ (Role play) เพื่อฝึกการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ จริง ของแต่ละแผนก เช่น แผนก ต้อนรับ แม่บ้าน และอาหาร และเครื่องดื่ม 2. การจัดกิจกรรมตามกรอบแนวคิด 70: 20: 10 (70: 20: 10 Learning Model) ได้แก่ 2.1 ร้อยละ 70 การฝึกแก้ปัญหา ในสถานการณ์จริงในสถานที่ทำงาน (On-the-job practice)

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ข้อโมดูลที่ 5	สถานการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
			2.2 ร้อยละ 20 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันในกลุ่ม (Peer Learning) 2.3 ร้อยละ 10 การเรียนรู้จากบทเรียน สะท้อนผ่านวิดีโอ (Video-based learning) และแบบสะท้อนกลับ (Feedback card)

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

การออกแบบการฝึกอบรมในโมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้า ชาวจีน

จากตารางที่ 18 การศึกษาสถานการณ์ในระยะที่ 1 พบว่า พนักงานของโรงแรมมักเผชิญความท้าทายในการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะการแสดงออกที่ไม่เห็นใจหรือการตอบสนองในลักษณะปฏิเสธ ซึ่งไม่สอดคล้องกับความคาดหวังเชิงวัฒนธรรมของลูกค้ากลุ่มนี้ เช่น การอธิบายมากเกินไปแทนการขอโทษอย่างจริงใจ รวมถึงการขาดทักษะการควบคุมอารมณ์และรับฟังอย่างลึกซึ้งในสถานการณ์ที่ตึงเครียด ด้วยเหตุนี้ โมดูลนี้ จึงถูกออกแบบขึ้นเพื่อยกระดับความสามารถในการพลิกสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ให้กลายเป็นโอกาสในการสร้างความประทับใจ

การออกแบบกิจกรรมฝึกอบรมในโมดูลนี้ ใช้แนวคิด 70: 20: 10 Model เป็นแกนหลัก โดยให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริงในสถานการณ์ที่จำลองขึ้นอย่างใกล้เคียงกับงานบริการจริง เช่น การรับมือกับลูกค้าโกรธจากเหตุการณ์สมมติ และการใช้คำขอโทษตามบริบทวัฒนธรรมจีนอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ยังมีการใช้วิดีโอจำลองสถานการณ์ (Simulation video) เพื่อสะท้อนพฤติกรรมที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการวิเคราะห์และเรียนรู้ผ่านภาพจริง กิจกรรมการเล่นบทบาทสมมติ (Role play) ถูกนำมาใช้อย่างหลากหลาย โดยมีการปรับให้เหมาะสมตามลักษณะงานของแต่ละแผนก เช่น แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Front office) ได้ฝึกการอธิบายสถานการณ์ผิดพลาดแบบสั้น กระชับ และจริงใจ แผนกแม่บ้าน (Housekeeping)

ฝึกการตอบสนองเมื่อลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับความสะอาด หรือการรบกวนความเป็นส่วนตัว และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and beverage) ฝึกจัดการเมื่อลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับรสชาติของอาหารหรือการบริการที่ล่าช้า

ทั้งนี้ โมดูลยังเปิดโอกาสให้พนักงานได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์จากสถานการณ์จริงในงาน (On-the-job experience: 20%) และใช้บัตรสะท้อนผลย้อนกลับ (Feedback card) เพื่อถ่ายทอดความรู้สึกและสิ่งที่ได้เรียนรู้ในแต่ละช่วงกิจกรรม (Self-reflection: 10%) ขณะที่กิจกรรมการจำลองสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับปัญหาจริง (Simulated practice: 70%) เช่น กรณีที่ลูกค้าไม่พอใจห้องพัก ร้องเรียนเรื่องเสียงรบกวน หรือการจองผิดประเภท ก็ถูกนำมาใช้เพื่อฝึกการตัดสินใจและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุป โมดูลนี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อเสริมสร้างกรอบความคิดในการฟื้นฟูการบริการ (Service recovery mindset) ให้แก่พนักงาน โดยอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง (Experiential learning) ผสานกับเทคนิคการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Effective communication) และความเคารพในวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน (Chinese cultural sensitivity) ซึ่งจะช่วยให้เปลี่ยนปัญหาให้เป็นจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างโรงแรมกับลูกค้าชาวจีน

ตารางที่ 19 ผลการยกร่างโมดูลที่ 6

ชื่อโมดูลที่ 6	สถานการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
กลยุทธ์ การให้บริการ เพื่อสร้าง ความ ประทับใจ สำหรับ ลูกค้าชาวจีน	1. พนักงานยังขาดความรู้ ในการประเมิน ความต้องการของลูกค้า เพื่อปิดการขาย อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การนำเสนอ โปรโมชั่น หรือ สิทธิพิเศษที่เหมาะสมกับ ลูกค้าชาวจีนโดยเฉพาะ	แนวคิด 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996)	1. ใช้การจำลองสถานการณ์ (Simulation) ให้พนักงานฝึกเสนอโปรโมชั่น หรือ สิทธิพิเศษที่เหมาะสมในแต่ละแผนก 2. สร้างสถานการณ์สมมติที่ลูกค้าชาวจีน มีความต้องการเฉพาะ เช่น ขอคืนห้องช้า (Late check-out) ของขวัญสื่อวัฒนธรรม หรือโปรพิเศษ 3. ประเมินผลด้วยแบบฟอร์มเข้าพัก (Check-in feedback) และความพึงพอใจ จากลูกค้าจริง

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ชื่อโมดูลที่ 6	สภาการณ์ด้านการฝึกอบรม		
	ประเด็นสกัดจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 17 คน	แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการออกแบบ การฝึกอบรม
	2. ขาดทักษะ ในการนำเสนอ ทางเลือก หรือข้อเสนอ พิเศษในลักษณะ ที่ตรงกับพฤติกรรม และวัฒนธรรมการซื้อ ของลูกค้าชาวจีน		
	3. การตอบสนองต่อ คำขอพิเศษจากลูกค้า ชาวจีน ยังไม่มีแนวทาง หรือกลยุทธ์ชัดเจน		
	4. พนักงานไม่สามารถ สื่อสารจุดขาย หรือ คุณค่าของบริการ เพื่อสร้าง ความประทับใจได้		
ที่มา: ผู้วิจัย (2568)			

การออกแบบการฝึกอบรมในโมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ สำหรับลูกค้าชาวจีน

จากตารางที่ 19 ผลการศึกษาสภาการณ์ด้านการฝึกอบรม พบว่า พนักงานยังขาดทักษะเชิงกลยุทธ์ในการปิดการขาย และสร้างความประทับใจในบริบทที่เฉพาะเจาะจงกับลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะการประเมินความต้องการที่แท้จริง การนำเสนอข้อเสนอพิเศษ และการสื่อสารจุดขายของบริการในลักษณะที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีน ผู้วิจัยจึงออกแบบโมดูลที่ 6 เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะเชิงกลยุทธ์ให้แก่พนักงาน โดยมุ่งเน้นการใช้สถานการณ์จำลองที่ใกล้เคียงกับการให้บริการจริงในแต่ละแผนก

กิจกรรมฝึกอบรมในโมดูลนี้ ประกอบด้วยการฝึกแบบจำลองสถานการณ์ (Simulation) ทั้งในรูปแบบกลุ่ม (Group-based simulation) และรายบุคคล (Individual-based simulation) โดยมีการออกแบบสถานการณ์เฉพาะให้สอดคล้องกับบริบทของลูกค้าชาวจีน เช่น สถานการณ์การนำเสนอโปรโมชันในช่วงเทศกาลจีน (Chinese festival promotion) การตอบสนองต่อคำขอพิเศษ (Special request) เช่น การขอเช็คเอาท์ล่าช้า (Late check-out) หรือการบริการของขวัญตามวัฒนธรรมจีน (Cultural gift service)

นอกจากนี้ ยังมีการฝึกใช้คำพูด (Verbal expression) การโน้มน้าวใจ (Persuasion technique) และการสื่อสารคุณค่า (Communicating value) ของโรงแรมในรูปแบบที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน โดยกิจกรรมเหล่านี้ มีรากฐานจากแนวคิดด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) ตาม Kotler et al. (2022) และกลยุทธ์ประสบการณ์ลูกค้า (Customer experience strategy) ตามแนวคิดของ Pine and Gilmore (2019) รูปแบบการเรียนรู้ภายใต้โมดูลนี้ ยังคงอิงตามกรอบแนวคิด 70: 20: 10 โดยใช้ 70% กับการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จำลองและการประเมินด้วยการเข้าพัก (Check-in feedback) หรือแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้าจริง 20% กับการเรียนรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนกับเพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างาน และ 10% ผ่านสื่อการเรียนรู้ เช่น วิดีโอ และกรณีศึกษา (Case study) สะท้อนแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคจีนในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุป โมดูลนี้ถูกออกแบบมาเพื่อให้พนักงานสามารถเชื่อมโยงการให้บริการกับเป้าหมายทางธุรกิจ โดยสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ พร้อมทั้งสามารถใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าชาวจีน เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวของโรงแรมที่มีการแข่งขันสูง

ขั้นตอนในลำดับต่อไป คือ การยืนยันโปรแกรมฝึกอบรม ทั้ง 6 โมดูลจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้นำโครงร่างจากการร่างโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูลนำเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม และความเป็นไปได้ ผ่านกระบวนการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) จากผู้เชี่ยวชาญ นำไปสู่การปรับปรุงรายละเอียดของโปรแกรมฝึกอบรม ให้มีความสมบูรณ์ พร้อมสำหรับการนำไปใช้ในระบถัดไป โดยผลในการดำเนินการต่าง ๆ มีดังนี้

ตารางที่ 20 ผลการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน

ที่	ชื่อโมดูล	ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ	แนวทางการปรับปรุง
1	หลักการพื้นฐาน ด้านการให้บริการ ที่เป็นเลิศสำหรับ ลูกค้าชาวจีน	ควรเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับ ความเข้าใจพฤติกรรมพื้นฐาน ของลูกค้าชาวจีนและตัวอย่าง สถานการณ์บริการจริง	เสริมกรณีศึกษาและกิจกรรม การจำลองสถานการณ์สมมติ (Role play) ในบทเรียน
2	ภาษาจีน เพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับคุณภาพ การบริการลูกค้า ชาวจีน	ควรเน้นประโยคที่ใช้ใน สถานการณ์จริง เช่น การเข้าพัก การสั่งอาหาร การร้องเรียน	เพิ่มเติมบทสนทนา และแบบฝึกหัดจับคู่คำ- สถานการณ์จริง
3	การใช้เทคโนโลยี เพื่อยกระดับ การบริการที่เป็นเลิศ สำหรับลูกค้าชาวจีน	ควรสาธิตการใช้ระบบต่าง ๆ ให้กับพนักงาน ให้ทดลองใช้จริง	เพิ่มเติมกิจกรรมจำลอง สถานการณ์การใช้เทคโนโลยี ต่าง ๆ
4	การฝึกทักษะ การให้บริการ ที่เป็นเลิศกับลูกค้า ชาวจีน	เน้นทักษะการควบคุมอารมณ์ และการอ่านภาษากายลูกค้า	จัดกิจกรรมกลุ่ม และการสะท้อนผล การทำกิจกรรม เพื่อให้พนักงานให้เห็นภาพ ที่ชัดเจนมากขึ้น
5	การเปลี่ยนปัญหา เป็นความประทับใจ ให้ลูกค้าชาวจีน	เน้นการจัดการข้อร้องเรียน อย่างสร้างสรรค์ และการเปลี่ยนสถานการณ์ จากลบให้เป็นบวก	ฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษา และ การจำลองสถานการณ์ ให้พนักงานให้เห็นภาพ การเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน
6	กลยุทธ์การให้บริการ เพื่อสร้าง ความประทับใจ สำหรับลูกค้าชาวจีน	ควรบูรณาการเทคนิค การตลาดเชิงวัฒนธรรม และการสร้างความประทับใจ ในระยะยาว	เพิ่มกิจกรรมกลุ่มโดยให้ ออกแบบการเดินทาง ของลูกค้า (Customer journey) เฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีน

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 20 สรุปผลการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) การสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน พบข้อเสนอแนะสำคัญเพื่อการปรับปรุงเนื้อหาของโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล โดยมีประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. เน้นการเรียนรู้ผ่านสถานการณ์จริง

ผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องกันว่า พนักงานจะสามารถพัฒนาทักษะได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากเนื้อหาและกิจกรรมในแต่ละโมดูลมีการเชื่อมโยงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในโรงแรม เช่น การจัดการจำลองสถานการณ์สมมติ (Role play) (โมดูลที่ 1 และ โมดูลที่ 5) การออกแบบบทสนทนาจริง (โมดูลที่ 2) การจำลองสถานการณ์การใช้เทคโนโลยี (โมดูลที่ 3)

2. เสริมทักษะเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน

หลายโมดูลได้รับข้อเสนอแนะให้เพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมเฉพาะของลูกค้าชาวจีน เช่น การเข้าใจความคาดหวัง (โมดูลที่ 1) การอ่านภาษากายและควบคุมอารมณ์ (โมดูลที่ 4) การใช้เทคนิคการตลาดที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมจีน (โมดูลที่ 6)

3. เน้นทักษะด้านอารมณ์ (Soft skills) และทัศนคติที่สร้างความประทับใจ

ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า ความสำเร็จในการให้บริการลูกค้าชาวจีนไม่ได้ขึ้นอยู่กับภาษา หรือระบบ แต่รวมถึงทัศนคติ ความตั้งใจ ความใส่ใจของพนักงานในการสื่อสาร เช่น การแสดงออกทางบวก ในสถานการณ์ร้องเรียน (โมดูลที่ 5) การวางแผนเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer journey) อย่างมีประสิทธิภาพ (โมดูลที่ 6)

4. แนวทางการปรับปรุงเน้นกิจกรรมปฏิบัติการที่ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

(Experiential learning) ทุกโมดูลล้วนได้รับข้อเสนอแนะให้จัดกิจกรรมฝึกปฏิบัติที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม เช่น การจำลองสถานการณ์ การฝึกคิดวิเคราะห์กรณีศึกษา การสะท้อนผลร่วมกันในกลุ่มย่อย เพื่อให้การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมในระยะต่อไปมีความเหมาะสม และตอบสนองต่อการให้บริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างแท้จริง ควรดำเนินการจัดทำคู่มือกิจกรรมและกรณีศึกษาที่มีความเฉพาะเจาะจงกับลักษณะพฤติกรรม ความคาดหวัง และวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถเรียนรู้ผ่านสถานการณ์สมมติที่ใกล้เคียงกับการปฏิบัติงานจริงมากที่สุด

นอกจากนี้ ควรเพิ่มช่วงเวลาในการฝึกทักษะจริงในแต่ละโมดูล โดยเน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมการปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง การใช้ภาษาที่เหมาะสม และการจัดการกับความต้องการเฉพาะของลูกค้า เพื่อให้เกิดการฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่การพัฒนาทักษะอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ ควรนำผลจากการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ซึ่งสะท้อนมุมมอง และข้อเสนอแนะจากผู้มีประสบการณ์ตรงในแวดวงบริการ มาใช้เป็นฐานในการวิเคราะห์ ความสอดคล้องของเนื้อหา วิธีการ และกิจกรรมของโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพ

ของหลักสูตร ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปได้เหมาะสม และ
นำผลที่ได้ไปสู่ขั้นตอนสุดท้าย คือ การตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรม
ฝึกอบรม

เมื่อผู้วิจัยได้ข้อสรุปจากผู้เชี่ยวชาญจากกระบวนการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญแล้ว
จึงนำโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล ไปสู่ขั้นตอนการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้
ของโปรแกรมฝึกอบรม โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 8 คน ซึ่งมีผลการประเมิน ดังนี้

ตารางที่ 21 ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม
จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน

ที่	หัวข้อประเมิน	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
		$\bar{X}$	SD	หมายเหตุ	$\bar{X}$	SD	หมายเหตุ
1	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้เข้าใจ ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า ชาวจีนได้ดีหรือไม่?	0.56	0.36	เหมาะสม มากที่สุด	4.88	0.35	เป็นไปได้ มากที่สุด
2	การฝึกอบรมสามารถนำไปปรับใช้กับ งานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่?	4.97	0.21	เหมาะสม มากที่สุด	4.62	0.52	เป็นไปได้ มากที่สุด
3	วิธีการสอน (เช่น การบรรยายและกิจกรรม) มีความน่าสนใจ และช่วยให้เข้าใจเนื้อหา ได้ดีหรือไม่?	4.81	0.17	เหมาะสม มากที่สุด	4.62	0.52	เป็นไปได้ มากที่สุด
4	เนื้อหาเหมาะสมกับบทบาทและหน้าที่ ในงานบริการของท่านหรือไม่?	4.72	0.48	เหมาะสม มากที่สุด	4.62	0.52	เป็นไปได้ มากที่สุด
5	ระยะเวลาและวิธีการอบรมเหมาะสมกับ ความลึกซึ้งของเนื้อหาหรือไม่?	4.41	0.49	เหมาะสม มาก	4.62	0.52	เป็นไปได้ มากที่สุด
6	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้ท่านสามารถ ใช้ภาษาจีนเพื่อสื่อสารกับลูกค้า ได้จริงหรือไม่?	4.41	0.43	เหมาะสม มาก	4.62	0.52	เป็นไปได้ มากที่สุด
7	การฝึกปฏิบัติ (เช่น Role play หรือ Conversation drills) มีความเหมาะสม และช่วยเพิ่มทักษะการใช้ภาษาจีนหรือไม่?	4.64	0.26	เหมาะสม มากที่สุด	4.50	0.53	เป็นไปได้มาก
8	พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึง และเข้าใจการฝึกอบรมได้หรือไม่?	4.91	0.18	เหมาะสม มากที่สุด	4.88	0.35	เป็นไปได้ มากที่สุด

ตารางที่ 21 (ต่อ)

ที่	หัวข้อประเมิน	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
		$\bar{X}$	SD	หมายเหตุ	$\bar{X}$	SD	หมายเหตุ
9	การฝึกอบรมช่วยเสริมความมั่นใจในการสื่อสารภาษาจีนกับลูกค้าหรือไม่?	4.72	0.39	เหมาะสมมากที่สุด	4.88	0.35	เป็นไปได้มากที่สุด
10	เนื้อหาเหมาะสมกับระดับพื้นฐานหรือความต้องการในการพัฒนาทักษะของท่านหรือไม่?	4.80	0.30	เหมาะสมมากที่สุด	4.75	0.46	เป็นไปได้มากที่สุด
11	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะการให้บริการได้อย่างแท้จริงหรือไม่?	4.31	0.19	เหมาะสมมาก	4.75	0.46	เป็นไปได้มากที่สุด
12	การฝึกอบรมช่วยสร้างความเข้าใจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?	4.98	0.32	เหมาะสมมากที่สุด	4.88	0.35	เป็นไปได้มากที่สุด
13	วิธีการอบรม (เช่น Workshop และ Case studies) ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงลึกหรือไม่?	4.88	0.16	เหมาะสมมากที่สุด	4.62	0.52	เป็นไปได้มากที่สุด
14	ท่านรู้สึกว่าจะสามารถนำเทคนิคที่ได้เรียนรู้ไปใช้ปรับปรุงการบริการได้จริงหรือไม่?	4.45	0.47	เหมาะสมมาก	4.50	0.53	เป็นไปได้มาก
15	ระยะเวลาและวิธีการฝึกอบรมเหมาะสมกับการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของท่านหรือไม่?	4.43	0.24	เหมาะสมมาก	4.62	0.52	เป็นไปได้มากที่สุด
16	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้เข้าใจวิถีจัดการปัญหา และข้อร้องเรียนของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?	4.43	0.38	เหมาะสมมาก	4.88	0.35	เป็นไปได้มากที่สุด
17	การฝึกอบรมช่วยเพิ่มความสามารถในการเปลี่ยนสถานการณ์ที่ไม่พอใจให้กลายเป็นความประทับใจได้หรือไม่?	4.51	0.26	เหมาะสมมากที่สุด	4.88	0.35	เป็นไปได้มากที่สุด
18	พนักงานรู้สึกมั่นใจมากขึ้นในการจัดการสถานการณ์ที่ท้าทาย หลังการฝึกอบรมหรือไม่?	4.67	0.33	เหมาะสมมากที่สุด	4.75	0.46	เป็นไปได้มากที่สุด
19	กิจกรรม Role play และ Simulation มีความเหมาะสมและสร้างประโยชน์ต่อการเรียนรู้หรือไม่?	4.60	0.34	เหมาะสมมากที่สุด	4.62	0.52	เป็นไปได้มากที่สุด

ตารางที่ 21 (ต่อ)

ที่	หัวข้อประเมิน	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
		$\bar{X}$	SD	หมายเหตุ	$\bar{X}$	SD	หมายเหตุ
20	เนื้อหาและวิธีการสอนเหมาะสมกับลักษณะงานบริการของท่านหรือไม่?	4.50	0.21	เหมาะสมมาก	4.38	0.52	เป็นไปได้มาก
21	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยเพิ่มความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริการลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?	4.73	0.49	เหมาะสมมากที่สุด	4.38	0.52	เป็นไปได้มาก
22	การฝึกอบรมช่วยเพิ่มทักษะการใช้แอปพลิเคชัน (เช่น WeChat, Alipay) ในงานบริการหรือไม่?	4.40	0.42	เหมาะสมมาก	4.38	0.52	เป็นไปได้มาก
23	การสาธิตและการฝึกปฏิบัติช่วยให้พนักงานเข้าใจวิธีการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่?	4.50	0.48	เหมาะสมมาก	4.38	0.52	เป็นไปได้มาก
24	พนักงานรู้สึกว่า การใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มคุณภาพและความสะดวกในการบริการได้จริงหรือไม่?	4.56	0.46	เหมาะสมมากที่สุด	4.62	0.52	เป็นไปได้มากที่สุด
25	การฝึกอบรมเหมาะสมกับแนวโน้มการบริการยุคใหม่ และความต้องการของลูกค้าชาวจีนหรือไม่?	4.62	0.36	เหมาะสมมากที่สุด	4.50	0.53	เป็นไปได้มาก
26	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยเพิ่มความเข้าใจในพฤติกรรม การซื้อ และความคาดหวังของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?	4.85	0.47	เหมาะสมมากที่สุด	4.62	0.52	เป็นไปได้มากที่สุด
27	การฝึกอบรมช่วยเพิ่มทักษะการขายที่สร้างความประทับใจและความไว้วางใจให้ลูกค้าได้หรือไม่?	4.44	0.18	เหมาะสมมาก	4.88	0.35	เป็นไปได้มากที่สุด
28	พนักงานรู้สึกว่า กลยุทธ์การขายที่ได้เรียนรู้สามารถนำไปใช้เพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?	4.66	0.22	เหมาะสมมากที่สุด	4.75	0.46	เป็นไปได้มากที่สุด
29	การออกแบบโปรแกรมและกิจกรรมในระหว่างการฝึกอบรม ช่วยให้พนักงานสามารถคิดกลยุทธ์ได้อย่างสร้างสรรค์หรือไม่?	4.10	0.22	เหมาะสมมาก	4.50	0.76	เป็นไปได้มาก

ตารางที่ 21 (ต่อ)

ที่	หัวข้อประเมิน	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
		$\bar{X}$	SD	หมายเหตุ	$\bar{X}$	SD	หมายเหตุ
30	การฝึกอบรมช่วยสร้างทักษะที่ทำให้พนักงานสามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าชาวจีนได้หรือไม่?	4.33	0.26	เหมาะสมมาก	4.62	0.52	เป็นไปได้มากที่สุด
	รวม	4.66	0.48	เหมาะสมมากที่สุด	4.65	0.48	เป็นไปได้มากที่สุด

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 8 คน

จากการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารงานโรงแรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 8 คน ซึ่งครอบคลุมหัวข้อการประเมินทั้งหมด 30 รายการ พบว่า โปรแกรมฝึกอบรมมีค่าเฉลี่ยรวมด้านความเหมาะสม เท่ากับ 4.66 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.48 ส่วนด้านความเป็นไปได้อีกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.48 เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันว่า โปรแกรมฝึกอบรมนี้ มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับ “เหมาะสมมากที่สุด” และ “เป็นไปได้มากที่สุด” ตามเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจต่อการนำโปรแกรมดังกล่าวไปใช้จริงในบริบทของการให้บริการลูกค้าชาวจีนในโรงแรมระดับ 4 ดาว ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนว่า โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูลมีความครบถ้วนในเชิงเนื้อหา แนวทางการดำเนินงาน และศักยภาพในการนำไปใช้จริงในบริบทของโรงแรมที่ให้บริการลูกค้าชาวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการดำเนินงานในระยะที่ 2 ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากผลการวิเคราะห์ความต้องการฝึกอบรมในระยะที่ 1 และทบทวนองค์ความรู้จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาเป็นร่างโปรแกรมฝึกอบรมจำนวน 6 โมดูล ซึ่งได้ผ่านการพิจารณาโดยผู้เชี่ยวชาญด้วยกระบวนการที่รอบด้าน ทั้งการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) และการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ตามแบบทดสอบ

Likert scale โดยผลการประเมินอยู่ในระดับ “เหมาะสมมากที่สุด” และ “เป็นไปได้มากที่สุด” อย่างสอดคล้องกัน และ โมดูลที่ได้รับการยืนยันทั้ง 6 โมดูล ประกอบไปด้วย

โมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน

โมดูลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน

โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน

โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน

โมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน

โมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจเพื่อการขายสำหรับลูกค้าชาวจีน

โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล จึงถือว่ามีความสมบูรณ์พร้อมในด้านเนื้อหา วิธีการ และแนวทางการนำไปใช้จริง โดยมีโครงสร้างการออกแบบที่อิงแนวคิด 70: 20: 10 Model ของ Lombardo and Eichinger (1996) ซึ่งให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ร้อยละ 70 การเรียนรู้ผ่านเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 20 และการเรียนรู้ในชั้นเรียน ร้อยละ 10 อันเหมาะสมกับลักษณะการฝึกอบรมในภาคบริการ ทั้งนี้ โปรแกรมฝึกอบรมที่ได้จะถูกนำไปใช้ในการทดลองจริงในระยะถัดไป

สรุปผลการวิจัยระยะที่ 2

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลข้อค้นพบจากระยะที่ 1 มาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมที่มีโครงสร้างชัดเจน ครอบคลุมทั้งด้านเนื้อหา วิธีการฝึกอบรม และกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยยึดแนวคิด 70: 20: 10 เป็นแกนหลักในการออกแบบ ซึ่งเน้นให้พนักงานเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ร้อยละ 70 การแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น ร้อยละ 20 และการเรียนรู้จากทฤษฎีในชั้นเรียน ร้อยละ 10 โปรแกรมฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 6 โมดูลหลัก ที่สะท้อนประเด็นสำคัญจากสภาวะการณ์จริงในโรงแรม ได้แก่ 1) หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 2) ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน 3) การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 4) การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน 5) การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน และ 6) กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจเพื่อการขายสำหรับลูกค้าชาวจีน ซึ่งถูกออกแบบให้มีความเฉพาะเจาะจงในแต่ละแผนก และสามารถประยุกต์ใช้ในงานบริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบโดยใช้ 3 แนวทาง ที่ได้รับการยอมรับในงานวิจัยพัฒนา (R & D) ได้แก่

การสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship approach) กับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรมโรงแรม การบริการข้ามวัฒนธรรม และการออกแบบหลักสูตร ได้ร่วมพิจารณาและวิพากษ์วิจารณ์แผนการฝึกอบรมในแต่ละโมดูล โดยเฉพาะความเชื่อมโยงกับสถานการณ์จริงในโรงแรม รวมถึงความยืดหยุ่นในการนำไปประยุกต์ใช้ พบว่า โปรแกรมมีความสมบูรณ์ในระดับที่พร้อมนำไปใช้งานจริง และได้รับข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์เพิ่มเติมในบางกิจกรรม เช่น การเพิ่มกรณีศึกษาจากประสบการณ์ตรง

การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในภาพรวมกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน ในขั้นตอนสุดท้าย ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คะแนนประเมินในแต่ละด้าน ได้แก่ เนื้อหา ความเป็นระบบ ของกิจกรรม วิธีการฝึกอบรม ความสอดคล้องกับลักษณะงาน และความเป็นไปได้ในการใช้งานจริง โดยผลการประเมินสะท้อนว่า หลักสูตรมีระดับ “เหมาะสมมาก” และ “เป็นไปได้มากที่สุด” ในทุกองค์ประกอบ ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของโปรแกรมในการนำไปใช้กับพนักงานจริงในโรงแรม

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ผลจากการประเมินเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณโดยผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 2 แนวทางข้างต้น ยืนยันว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นในระยะที่ 2 มีความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในเชิงเนื้อหา วิธีการ และกิจกรรมฝึกอบรม อย่างครบถ้วน และสามารถตอบสนองต่อปัญหาเชิงบริบทของการบริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะที่ 2 ได้อย่างสมบูรณ์

ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม

ในการดำเนินงานระยะที่ 3 ผู้วิจัยได้ทำการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมที่ได้รับการพัฒนาขึ้นในระยะที่ 2 ภายใต้แนวคิด 70: 20: 10 Model โดยนำไปใช้จริงกับกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานในโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโปรแกรมฝึกอบรมดังกล่าว การทดลองใช้ครอบคลุมการดำเนินงานทั้ง 6 โมดูล ได้แก่ 1) หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 2) ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ 3) การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 4) การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน 5) การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน และ 6) กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจเพื่อการขายสำหรับลูกค้าชาวจีน โดยทั้งหมดมีข้อมูลในการนำไปทดลองใช้ และผลการทดสอบก่อนและหลังการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม (Pre-test/ Post-test) ดังรายละเอียดที่นำเสนอ

เป็นรายโมดูล ถึงขั้นตอนและเนื้อหาในการจัดทำตามแผนการทดลองใช้โปรแกรม ดังนี้
(มีเอกสารแนบท้ายภาคผนวก)

ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม โมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน

ในระยะที่ 3 ผู้วิจัยได้นำโมดูลที่ 1 นำไปทดลองใช้จริงกับกลุ่มพนักงานของโรงแรมจำนวน 30 คน จาก 4 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย โดยมีการจัดกิจกรรมอบรมในรูปแบบเวิร์กช็อป ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน การอบรมประกอบด้วยกิจกรรมที่ช่วยให้พนักงานสามารถเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง เช่น การอภิปรายร่วมกันในหัวข้อความแตกต่างทางวัฒนธรรมไทย-จีน การจำลองสถานการณ์บริการลูกค้าจีนที่มีข้อร้องเรียน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างแผนก การฝึกตอบสนองแบบมีอาชีพในสถานการณ์ต่าง ๆ

ผลจากการฝึกอบรม พบว่า พนักงานมีความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องความประทับใจแรก การเคารพความแตกต่างของลูกค้า และบทบาทของความสุภาพในวัฒนธรรมจีน ซึ่งสะท้อนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม และการตอบแบบทดสอบประเมินผล ตลอดกระบวนการฝึกอบรมได้ยึดตามแนวทาง 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996) โดยกิจกรรมส่วนใหญ่เน้นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง (On-the-job learning) และมีการสนับสนุนเพิ่มเติมผ่านการให้คำปรึกษา (Coaching & mentoring) ดังตารางที่ 22

วันที่ดำเนินการฝึกอบรม:	วันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2568
เวลาที่ดำเนินการฝึกอบรม:	09.00-17.00 น.
สถานที่:	ห้องประชุมรัชดา

ตารางที่ 22 แผนการฝึกอบรมโมดูลที่ 1

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาท)	คิดเป็น (ร้อยละ)
การเรียนรู้จาก การปฏิบัติงานจริง (On-the-job learning) (ร้อยละ 70)	1. การอภิปรายกลุ่ม 2. การทำกิจกรรมกลุ่ม SWOT 3. นำเสนอผลลัพธ์และอภิปรายร่วมกัน	150 60 45	
รวมระยะเวลา		255	70.83
การเรียนรู้ผ่านการโค้ช และการเป็นพี่เลี้ยง (Coaching & mentoring) (ร้อยละ 20)	1. การบรรยายและให้ความรู้ พร้อมการอภิปรายกลุ่ม 2. สรุปและตอบคำถาม 3. สรุปและสะท้อนผลการเรียนรู้	30 25 15	
รวมระยะเวลา		70	19.44
การฝึกอบรม แบบเป็นทางการในชั้นเรียน (Formal training) (ร้อยละ 10)	1. การแนะนำหัวข้อและวัตถุประสงค์ 2. บรรยายภาพรวมของการแข่งขัน ในธุรกิจโรงแรม 3. นำเสนอแนวโน้มการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวจีน	10 15 10	
รวมระยะเวลา		35	9.73
รวม		360	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 22 เพื่อให้การฝึกอบรมในโมดูลที่ 1 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้จัดทำแผนการอบรมอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดหัวข้อ วัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการฝึกอบรมไว้อย่างชัดเจน เพื่อมุ่งเน้นให้พนักงานเกิดความเข้าใจในบริบทของลูกค้าชาวจีน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในสถานการณ์การบริการ โดยยึดหลักการออกแบบการฝึกอบรมตามกรอบแนวคิด 70: 20: 10 Model และหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสมกับงานบริการในโรงแรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การฝึกอบรม

1. ปรับพื้นฐานองค์ความรู้ของพนักงานในโรงแรมที่ให้บริการลูกค้าชาวจีน
2. เพิ่มความเข้าใจด้านวัฒนธรรมและมารยาทของลูกค้าชาวจีน
3. ปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน

เนื้อหาการฝึกอบรม

1. ความสำคัญของลูกค้าชาวจีนต่อโรงแรม
2. การเข้าใจมารยาทและพฤติกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของลูกค้าชาวจีน
3. ความสำคัญของการเคารพวัฒนธรรมชาวจีน
4. สิ่งที่ต้องทำและควรหลีกเลี่ยงในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน

วิธีการฝึกอบรม

การฝึกอบรมในโมดูลที่ 1 ถูกออกแบบให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด 70: 20: 10 Model โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติจริง ดังนี้

ส่วนที่ 1 การบรรยายและให้ความรู้พร้อมการอภิปรายรายกลุ่ม (Formal training + Coaching) ช่วงแรกเริ่มด้วยการบรรยายแนะนำหัวข้อสำคัญ ได้แก่ ภาพรวมตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่ห้วยขวาง แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม และการวิเคราะห์ความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน โดยเน้นการกระตุ้นให้ผู้เข้าอบรมสะท้อนมุมมองผ่านการอภิปรายรายกลุ่ม และตอบคำถามในสถานการณ์สมมติ

ส่วนที่ 2 กิจกรรมกลุ่ม (Workshop) เชิงวิเคราะห์และการเรียนรู้จากเพื่อนร่วมงาน (On-the-Job + Mentoring) ผู้เข้าอบรมจะได้รับการแบ่งกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติ ได้แก่ การวิเคราะห์ SWOT ด้านการบริการต่อกลุ่มลูกค้าชาวจีนของแต่ละแผนก จากนั้น แต่ละกลุ่มจะนำเสนอแนวทางการปรับปรุงการบริการ พร้อมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน และวิทยากร ทำให้เกิดการเรียนรู้แบบร่วมมือและเห็นแนวทางที่หลากหลาย

ส่วนที่ 3 การสรุปผลและสะท้อนการเรียนรู้ (Mentoring) กิจกรรมช่วงสุดท้าย คือ การสะท้อนผลการเรียนรู้รายบุคคลและรายกลุ่ม โดยผู้เข้าอบรมจะได้ถ่ายทอดสิ่งที่ตนเองได้เรียนรู้ พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนมุมมองซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ตระหนักถึงความสำคัญของเนื้อหา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หลังจากดำเนินกิจกรรมตามแผนการฝึกอบรมข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการอบรม โดยเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการอบรม (Pre-test และ Post-test)

ของพนักงานในแต่ละแผนก เพื่อวัดพัฒนาการด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการพื้นฐานของการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน โดยผลการประเมินสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ผลเปรียบเทียบ โมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test)

แผนก	n	ค่าเฉลี่ย Pre-test	ค่าเฉลี่ย Post-test	$\sum d$	$\sum d^2$	t	p
แผนกต้อนรับ	5	3.46	4.80	6.70	10.08	5.70*	.005
แผนกแม่บ้าน	12	2.54	4.94	28.85	69.95	36.04	.000
						*	
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	10	3.66	4.97	13.10	18.98	9.21*	.000
แผนกขาย	3	4.45	5.00	1.65	1.37	1.98*	.187

* $p < .05$

จากตารางที่ 23 พนักงานในทุกแผนกล้วนมีพัฒนาการด้านความรู้เกี่ยวกับหลักการพื้นฐานในการให้บริการที่ลูกค้าชาวจีนคาดหวัง โดยคะแนนเฉลี่ยหลังอบรม (Post-test) สูงกว่าก่อนอบรม (Pre-test) อย่างชัดเจน โดยเฉพาะแผนกแม่บ้านและแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีค่าผลต่างรวม ($\sum d$) เท่ากับ 28.85 และ 13.10 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะงานของแผนกที่ต้องติดต่อและดูแลลูกค้าโดยตรง จึงมีโอกาสนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

สำหรับแผนกต้อนรับ แม้จะมีจำนวนพนักงานน้อยเพียง 5 คน แต่กลับมีค่าเฉลี่ยหลังอบรมสูงถึง 4.80 และค่าความแปรปรวนของผลต่าง ($\sum d^2 = 10.08$) อยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับ $\sum d = 6.70$ ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาที่มีทิศทางเดียวกันในกลุ่มพนักงาน ไม่เกิดความผันผวนของผลลัพธ์มากนัก

ขณะที่แผนกขายมีผลต่างคะแนนรวมต่ำที่สุด ($\sum d = 1.65$) และค่า $p = .187$ ซึ่งมากกว่า .05 บ่งชี้ว่า โปรแกรมฝึกอบรมในโมดูลนี้ อาจยังไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญในแง่สถิติ สำหรับพนักงานแผนกนี้ อันอาจเนื่องจากความคุ้นเคยกับเนื้อหา เพราะทักษะการบริการเชิงพื้นฐานนี้ แผนกขายมีกันอยู่แล้ว

ผลการทดสอบทางสถิติด้วย Paired sample t-test พบว่า 3 แผนกแรกมีค่า t อยู่ในระดับสูง และค่า $p < .05$ สะท้อนว่า โปรแกรมในโมดูลนี้ สามารถยกระดับความรู้และทักษะของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม โมดูลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ

ในครั้งที่ 3 ผู้วิจัยได้นำโมดูลที่ 2 นำไปทดลองใช้จริงกับกลุ่มพนักงานของโรงแรมจำนวน 30 คน จาก 4 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย โดยกิจกรรมอบรมในครั้งนี้มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาจีนในบริบทของการบริการ เช่น การต้อนรับลูกค้า การตอบข้อสงสัย การรับมือกับสถานการณ์ที่ซับซ้อน รวมถึงการเลือกใช้ภาษาที่สุภาพและสื่อสารอย่างเข้าใจ กิจกรรมการอบรม ประกอบด้วย การเรียนรู้คำศัพท์และประโยคที่ใช้บ่อยในสถานการณ์ต้อนรับลูกค้าชาวจีน กิจกรรมจับคู่บทสนทนา (Role play) ที่ครอบคลุมสถานการณ์การให้บริการจริงในโรงแรม การฝึกออกเสียงและโทนเสียงให้เหมาะสมกับบริบท การจำลองสถานการณ์การสื่อสารเมื่อลูกค้าไม่พอใจ หรือมีข้อร้องเรียน

ผลจากการฝึกอบรม พบว่า พนักงานมีพัฒนาการด้านการใช้ภาษาจีนเพื่อการบริการได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในประเด็นด้านความมั่นใจในการสื่อสาร การเลือกใช้คำที่สุภาพในวัฒนธรรมจีน และความสามารถในการสื่อสารแบบมีอาชีพ ซึ่งเห็นได้จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเวิร์กช็อป การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และผลการประเมินหลังการอบรม ซึ่งสะท้อนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม และการตอบแบบทดสอบประเมินผล ตลอดกระบวนการฝึกอบรมได้ยึดตามแนวทาง 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996) โดยกิจกรรมส่วนใหญ่เน้นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง (On-the-job learning) และมีการสนับสนุนเพิ่มเติมผ่านการให้คำปรึกษา (Coaching & mentoring)

ดังตารางที่ 24

วันที่ดำเนินการฝึกอบรม:	วันที่ 21-23 เมษายน พ.ศ. 2568
เวลาที่ดำเนินการฝึกอบรม:	09.00-17.00 น.
สถานที่:	ห้องประชุมรัชดา

ตารางที่ 24 แผนการอบรมโมดูลที่ 2

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาท)	คิดเป็น (ร้อยละ)
การเรียนรู้จาก	1. การฝึกบทบาทสมมติ (Role play)	250	
การปฏิบัติงานจริง	2. การจำลองสถานการณ์จริง	250	
(On-the-job learning)	(Conversation drills)		
(ร้อยละ 70)	3. การจำลองสถานการณ์เพื่อฝึกปฏิบัติ	250	
	(Simulation practice)		
รวมระยะเวลา		750	70.00
การเรียนรู้ผ่านการโค้ช	1. การให้ข้อเสนอแนะสำหรับคำศัพท์	70	
และการเป็นพี่เลี้ยง	ที่ใช้ในโรงแรม		
(Coaching & mentoring)	2. การให้ข้อเสนอแนะหลังการจำลอง	70	
(ร้อยละ 20)	สถานการณ์		
	3. การสรุปและทบทวนความรู้	70	
รวมระยะเวลา		210	20.00
การฝึกอบรม	1. การเตรียมตัวก่อนการฝึกอบรม	70	
แบบเป็นทางการในชั้นเรียน	เพื่อแนะนำหัวข้อ		
(Formal training)	2. การสอนคำศัพท์และวลีพื้นฐาน	35	
(ร้อยละ 10)			
รวมระยะเวลา		105	10.00
รวม		1,080	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 24 เพื่อให้การฝึกอบรมในโมดูลที่ 2 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้วางแผนการอบรมอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดหัวข้อ วัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการฝึกอบรมไว้อย่างชัดเจน เพื่อมุ่งเน้นให้พนักงานเข้าใจการใช้ภาษาจีนในบริบทของการให้บริการลูกค้าในโรงแรม โดยเนื้อหาครอบคลุมทั้งคำศัพท์พื้นฐาน เทคนิคการพูดอย่างสุภาพ และการสื่อสารเชิงสถานการณ์จริง ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันทีในการทำงาน การออกแบบกิจกรรมฝึกอบรมในครั้งนี้ อิงตามกรอบแนวคิด 70: 20: 10 Model โดยเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง

ควบคู่กับการโค้ช และการให้ความรู้เชิงทฤษฎีในสัดส่วนที่เหมาะสมกับลักษณะงานบริการ
ในโรงแรม ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การฝึกอบรม

1. เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าชาวจีน
2. เพื่อให้พนักงานเข้าใจคำถาม หรือคำร้องขอของลูกค้าชาวจีน
3. เพื่อสร้างความประทับใจในการบริการให้กับลูกค้าชาวจีน

เนื้อหาการฝึกอบรม

1. ภาษาจีนพื้นฐานที่ใช้ในงานบริการ
2. ส่วนวนและวลีเฉพาะสำหรับโรงแรมและร้านอาหาร
3. การทบทวนและปฏิบัติการใช้ภาษาจีนในสถานการณ์จริง

วิธีการฝึกอบรม

การฝึกอบรมในโมดูลที่ 2 ได้รับการออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยแบ่งกิจกรรมการเรียนรู้ออกเป็น 3 ส่วนตามลำดับขั้น เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิด 70: 20: 10 Model โดยเน้นการลงมือปฏิบัติ (On-the-job learning) การให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ (Coaching & mentoring) และการเรียนรู้ตามหลักทฤษฎี (Formal training) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ภาษาจีนพื้นฐาน ในช่วงแรกของการฝึกอบรม ผู้เข้าอบรมจะได้รับ การเตรียมความพร้อมด้านคำศัพท์และประโยคพื้นฐานที่ใช้ในงานบริการ เช่น คำทักทาย การถามความต้องการ การกล่าวลา ซึ่งทั้งหมดสอนผ่านกิจกรรมฝึกบทสนทนา (Conversation drills) ที่ให้พนักงานได้ฝึกพูดซ้ำจนเกิดความมั่นใจ โดยใช้เทคนิคการออกเสียงที่ถูกต้องตามหลักโทนเสียงของภาษาจีน พร้อมทั้งมีการแปลคำศัพท์และบริบทการใช้ในงานบริการจริง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปปรับใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าชาวจีนได้ทันที

ส่วนที่ 2 ส่วนวนเฉพาะ หลังจากเข้าใจพื้นฐานแล้ว พนักงานจะได้ฝึกส่วนวนและวลีเฉพาะในงานโรงแรมและร้านอาหาร เช่น การต้อนรับลูกค้า การแนะนำบริการต่าง ๆ การตอบคำถามเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก หรือเงื่อนไขพิเศษ โดยใช้กิจกรรมจำลองสถานการณ์ควบคู่กับการจับคู่คำศัพท์ (Matching exercise) เพื่อให้พนักงานเห็นภาพจริงของการสื่อสารในแต่ละแผนก พร้อมทั้งมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันในกลุ่มย่อย เพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งและตรงกับบริบทของแต่ละแผนก

ส่วนที่ 3 การปฏิบัติจริง ช่วงสุดท้ายของการฝึกอบรม จะเป็นการนำความรู้ทั้งหมดมาใช้ในการจำลองสถานการณ์จริง (Simulation practice) โดยใช้กิจกรรมการจำลองสถานการณ์สมมติ (Role play) ที่ครอบคลุมสถานการณ์ที่พบบ่อยในงานบริการ เช่น ลูกค้าไม่พอใจ

ลูกค้าสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือกรณีฉุกเฉิน โดยแต่ละคนจะได้รับบทบาทที่แตกต่างกัน และมีการประเมินผลผ่านการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) จากทั้งผู้สอนและเพื่อนร่วมกลุ่ม เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารอย่างมืออาชีพในบริบทวัฒนธรรมจีน

หลังจากดำเนินกิจกรรมตามแผนการฝึกอบรมข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการอบรม โดยเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการอบรม (Pre-test และ Post-test) ของพนักงานในแต่ละแผนก เพื่อวัดพัฒนาการด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน โดยผลการประเมินสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ผลเปรียบเทียบ โมดูลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test)

แผนก	n	ค่าเฉลี่ย Pre-test	ค่าเฉลี่ย Post-test	$\sum d$	$\sum d^2$	t	p
แผนกต้อนรับ	5	2.15	4.75	3.00	4.34	5.79*	.000
แผนกแม่บ้าน	12	2.01	3.68	0.13	3.16	6.30*	.000
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	10	2.09	3.63	5.40	5.69	0.39*	.000
แผนกขาย	3	2.82	4.80	5.93	1.84	4.63*	.005

* $p < .05$

จากตารางที่ 25 พบว่า พนักงานทั้ง 4 แผนก ล้วนมีคะแนนเฉลี่ยหลังอบรม (Post-test) สูงกว่าก่อนอบรม (Pre-test) อย่างชัดเจน โดยเฉพาะแผนกต้อนรับที่มีผลต่างคะแนนรวม ($\sum d$) เท่ากับ 13.00 จากพนักงานเพียง 5 คน และมีค่า t สูงถึง 15.79 สะท้อนถึงการพัฒนาทักษะภาษาจีนอย่างรวดเร็วและชัดเจน ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับลักษณะงานที่ต้องใช้ภาษากับลูกค้าชาวจีนเป็นประจำ

แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย ต่างมีผลลัพธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ พร้อมค่าผลต่างรวมที่สูง เช่น แผนกอาหาร $\sum d = 15.40$ และแผนกขาย $\sum d = 5.93$ แม้จำนวนพนักงานในบางแผนกจะน้อย แต่ผลลัพธ์ก็สะท้อนถึงประสิทธิผลของกิจกรรมการเรียนรู้ โดยเฉพาะในส่วนการฟัง-พูดภาษาจีน

ผลการทดสอบทางสถิติด้วย Paired sample t-test พบว่า ทุกแผนกมีค่า $p < .05$ อย่างชัดเจน แสดงให้เห็นว่า โปรแกรมฝึกอบรมใน โมดูลนี้ สามารถเสริมสร้างทักษะการสื่อสาร ภาษาจีนแก่พนักงานในแต่ละแผนกได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือในเชิงสถิติ

ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการ ที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน

ในระยะที่ 3 ผู้วิจัยได้นำโมดูลที่ 3 นำไปทดลองใช้จริงกับกลุ่มพนักงานของโรงแรม จำนวน 30 คน จาก 4 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย โดยมีการจัดกิจกรรมอบรมในรูปแบบเวิร์กช็อป ที่เน้นการฝึกปฏิบัติ การจำลอง สถานการณ์จริง และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้พนักงานสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมประกอบด้วย การทดลองใช้ ระบบ QR Code สำหรับการเข้าพักรับ (Check-in) การสื่อสารการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน WeChat และการฝึกใช้ระบบแชทบอท (Chatbot) ที่ตั้งคำถามและเนื้อหาให้เหมาะกับลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะ

ผลจากการฝึกอบรม พบว่า พนักงานเข้าใจบทบาทของเทคโนโลยีในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการบริการ และสามารถนำเครื่องมือดิจิทัลมาใช้ในสถานการณ์บริการได้คล่องตัว มากขึ้น เช่น การตอบคำถามผ่านระบบอัตโนมัติ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดความผิดพลาด ในการสื่อสารกับลูกค้าชาวจีน โดยพนักงานให้ความเห็นว่า เนื้อหาฝึกอบรมมีความทันสมัย เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ได้จริงในแต่ละแผนกของโรงแรม ตลอดกระบวนการฝึกอบรม ได้ยึดตามแนวทาง 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996) ดังตารางที่ 26

วันที่ดำเนินการฝึกอบรม:	วันที่ 28-29 เมษายน พ.ศ. 2568
เวลาที่ดำเนินการฝึกอบรม:	09.00-17.00 น.
สถานที่:	ห้องประชุมรัชดา

ตารางที่ 26 แผนการฝึกอบรมโมดูลที่ 3

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาที)	คิดเป็น (ร้อยละ)
การเรียนรู้จาก การปฏิบัติงานจริง (On-the-job learning) (ร้อยละ 70)	1. Workshop การใช้งานเครื่องมือดิจิทัล: การใช้ WeChat, QR Code และภาษาจีน พื้นฐานในการแชท 2. Workshop ฝึกใช้ Alipay และ WeChat Pay พร้อมจำลองสถานการณ์จริง 3. การฝึกตอบกลับรีวิวในสถานการณ์ จำลอง และนำเสนอแคมเปญโซเชียล	180 240 60	
รวมระยะเวลา		480	66.67
การเรียนรู้ผ่านการโค้ช และการเป็นพี่เลี้ยง (Coaching & mentoring) (ร้อยละ 20)	1. การให้คำแนะนำขณะฝึกใช้ WeChat, Alipay และการตอบกลับรีวิว 2. การระดมความคิดเพื่อสร้างแคมเปญ บนโซเชียลมีเดียของจีน (Campaign brainstorming) 3. การสะท้อนผลการฝึกอบรม และ วางแผนการนำไปใช้จริง (Feedback & action planning)	60 60 30	
รวมระยะเวลา		150	20.83
การฝึกอบรม แบบเป็นทางการในชั้นเรียน (Formal training) (ร้อยละ 10)	1. บรรยายเชิงโต้ตอบเกี่ยวกับพฤติกรรม การใช้งานเทคโนโลยีของลูกค้า ชาวจีน พร้อมยกตัวอย่างแอปพลิเคชัน ยอดนิยม เช่น WeChat, Alipay, Dianping	30	

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาท)	คิดเป็น (ร้อยละ)
	รวมระยะเวลา	150	20.83
	2. การบรรยายและวิเคราะห์วีว (Lecture & Review Analysis) การจัดการและตอบกลับรีวิวเชิงบวก/ เชิงลบ	60	
	รวมระยะเวลา	90	12.50
	รวม	720	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 26 เพื่อให้การฝึกอบรมในโมดูลที่ 3 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้วางแผนการอบรมอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดหัวข้อ วัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการฝึกอบรมไว้อย่างชัดเจน เพื่อมุ่งเน้นให้พนักงานเข้าใจการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสนับสนุนงานบริการลูกค้าชาวจีนในโรงแรม โดยเนื้อหาครอบคลุมทั้งแนวโน้มเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมโรงแรม การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ยอดนิยมของชาวจีน เช่น WeChat รวมถึงการประยุกต์ใช้ระบบบริการอัตโนมัติเพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า การออกแบบกิจกรรมฝึกอบรมในครั้งนี้อิงตามกรอบแนวคิด 70: 20: 10 Model โดยเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงควบคู่กับการโค้ช และการให้ความรู้เชิงทฤษฎีในสัดส่วนที่เหมาะสมกับลักษณะงานบริการในโรงแรม ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การฝึกอบรม

เพื่อให้พนักงานใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการให้บริการ และเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าชาวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ

เนื้อหาการฝึกอบรม

1. การทำความเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีของลูกค้าชาวจีน
2. การใช้เครื่องมือการสื่อสารดิจิทัลสำหรับลูกค้าชาวจีน
3. การชำระเงินดิจิทัลที่เหมาะสม
4. การใช้สื่อโซเชียลและรีวิวเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ

วิธีการฝึกอบรม

การฝึกอบรมในโมดูลที่ 3 ได้รับการออกแบบให้เน้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย โดยคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนในยุคดิจิทัล โครงสร้างกิจกรรมสอดคล้องกับแนวคิด 70: 20: 10 Model ซึ่งแบ่งสัดส่วนการเรียนรู้ ออกเป็นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง (On-the-job learning) การเรียนรู้ผ่านการโค้ช และการให้คำแนะนำ (Coaching & mentoring) และการเรียนรู้จากการอบรมตามหลักสูตร (Formal training) ดังนี้

ช่วงที่ 1 การทำความเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีของลูกค้าชาวจีน ผู้เข้าอบรมได้รับฟังการบรรยาย พร้อมกรณีศึกษาจากแอปพลิเคชันที่ลูกค้าชาวจีนนิยมใช้ เช่น WeChat, Dianping และ Alipay เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานและความคาดหวังด้านเทคโนโลยีของลูกค้าชาวจีน

ช่วงที่ 2 การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการสื่อสาร กิจกรรมเวิร์กช็อปให้พนักงานฝึกการใช้ WeChat การสแกน QR Code และการสื่อสารด้วยภาษาจีนพื้นฐานในบริบทการบริการ โดยจำลองสถานการณ์จริง เพื่อเสริมความมั่นใจและความคล่องตัวในการให้บริการ

ช่วงที่ 3 การฝึกทักษะการชำระเงินดิจิทัล ผู้เข้าอบรมได้ทดลองใช้งาน Alipay และ WeChat Pay พร้อมเรียนรู้วิธีการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ เช่น ระบบไม่ตอบสนอง หรือการสื่อสารผิดพลาดระหว่างการชำระเงิน

ช่วงที่ 4 การใช้วีวและโซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ พนักงานได้ฝึกวิเคราะห์รีวิวของลูกค้าชาวจีน และเรียนรู้เทคนิคการตอบกลับอย่างเหมาะสม รวมถึงการออกแบบแนวคิดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับโรงแรม

ช่วงที่ 5 การสรุปผลและสะท้อนการเรียนรู้ กิจกรรมช่วงสุดท้ายเน้นการสะท้อนผลการเรียนรู้ทั้งในระดับรายบุคคลและรายกลุ่ม โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมได้ถ่ายทอดสิ่งที่ได้รับจากการฝึกอบรม พร้อมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปประยุกต์ใช้จริงในงานบริการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและตระหนักรู้ที่สามารถต่อยอดได้ในการปฏิบัติงานจริงในแต่ละแผนก หลังจากดำเนินกิจกรรมตามแผนการฝึกอบรมข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการอบรม โดยเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการอบรม (Pre-test และ Post-test) ของพนักงานในแต่ละแผนก เพื่อวัดพัฒนาการด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน โดยผลการประเมินสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ผลเปรียบเทียบ โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับ
ลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test)

แผนก	n	ค่าเฉลี่ย Pre-test	ค่าเฉลี่ย Post-test	$\sum d$	$\sum d^2$	t	p
แผนกต้อนรับ	5	3.37	4.56	5.93	7.39	8.97*	.001
แผนกแม่บ้าน	12	2.77	4.65	22.60	45.06	13.69*	.000
แผนกอาหาร และเครื่องดื่ม	10	3.66	4.79	11.27	14.3	8.28*	.000
แผนกขาย	3	4.09	4.93	2.53	2.15	19.00*	.003

* $p < .05$

จากตารางที่ 27 พบว่า หลังการอบรม พนักงานทุกแผนกล้วนมีค่าเฉลี่ยคะแนนที่สูงขึ้น โดยเฉพาะแผนกแม่บ้านและแผนกอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลต่างคะแนนรวม $\sum d$ เท่ากับ 22.60 และ 11.27 ตามลำดับ สะท้อนถึงความสามารถในการเรียนรู้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในงานบริการได้เป็นอย่างดี

แผนกต้อนรับมีค่า $\sum d = 5.93$ และค่าความแปรปรวนของผลต่าง $\sum d^2 = 7.39$ ซึ่งอยู่ในระดับต่ำกว่ากลุ่มอื่น แสดงถึงการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ขณะที่แผนกขายมีค่า t สูงถึง 19.00 จากพนักงานเพียง 3 คน บ่งชี้ว่า ความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีในงานบริการมีความสำคัญต่อการปิดการขายและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าชาวจีน

ผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า ทุกแผนกมีค่า $p < .05$ ยืนยันว่า โปรแกรมฝึกอบรมในโมดูลนี้ มีประสิทธิภาพสูงในการยกระดับทักษะด้านเทคโนโลยีของพนักงานแต่ละแผนกอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน

ในระยที่ 3 ผู้วิจัยได้นำโมดูลที่ 4 นำไปทดลองใช้จริงกับกลุ่มพนักงานของโรงแรมจำนวน 30 คน จาก 4 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย โดยจัดแยกฝึกอบรมแต่ละแผนกชัดเจนด้วยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ โดยมีการจัดกิจกรรมอบรมในรูปแบบเวิร์กช็อป ที่เน้นการฝึกปฏิบัติ การจำลองสถานการณ์จริง และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมประกอบด้วย การจำลองสถานการณ์บริการในแผนกต่าง ๆ

เช่น การรับมือกับลูกค้าที่ไม่พอใจ การสร้างความประทับใจแรกพบด้วยการสื่อสารที่สุภาพ และการใช้ภาษากายอย่างเหมาะสมในบริบทวัฒนธรรมจีน

ผลจากการฝึกอบรม พบว่า พนักงานมีความเข้าใจในพฤติกรรมและความคาดหวังของลูกค้าชาวจีนมากขึ้น รวมถึงสามารถนำทักษะที่ได้จากการฝึกอบรมไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริงได้อย่างมั่นใจ เช่น การกล่าวต้อนรับแบบจีน การควบคุมอารมณ์เมื่อต้องเผชิญสถานการณ์ตึงเครียด และการใช้เทคนิคการให้บริการเชิงอารมณ์เพื่อสร้างความไว้วางใจ โดยพนักงานให้ความเห็นว่า เนื้อหาฝึกอบรมมีความเป็นประโยชน์ ทันสมัย และสามารถปรับใช้ได้จริงในแต่ละแผนกของ โรงแรม ตลอดจนกระบวนการฝึกอบรมได้ยึดตามแนวทาง 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996) ดังตารางที่ 28

วันที่ดำเนินการฝึกอบรม:	วันที่ 5-6 พฤษภาคม พ.ศ. 2568
	วันที่ 12-14 พฤษภาคม พ.ศ. 2568
เวลาที่ดำเนินการฝึกอบรม:	09.00-17.00 น.
สถานที่:	ห้องประชุมรัชดา และแยกตามแผนกที่ฝึกภาคปฏิบัติ

ตารางที่ 28 แผนการฝึกอบรมโมดูลที่ 4

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาที)	คิดเป็น (ร้อยละ)
การเรียนรู้จาก การปฏิบัติงานจริง (On-the-job learning) (ร้อยละ 70)	1. การจำลองสถานการณ์การบริการ	540	
	2. การฝึกปฏิบัติในพื้นที่จริงของแต่ละ แผนก (Front office, F & B, Housekeeping)	540	
	3. การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อปรับบริการ ให้เฉพาะบุคคล (Customer data simulation)	90	
	4. การมอบหมายให้ปฏิบัติงาน บริการจริง พร้อมสังเกตและบันทึกผล (Service execution & observation)	90	
รวมระยะเวลา		1,260	70.00

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาท)	คิดเป็น (ร้อยละ)
การเรียนรู้ผ่านการโค้ช และการเป็นพี่เลี้ยง (Coaching & mentoring) (ร้อยละ 20)	1. การให้คำแนะนำจากวิทยากร	120	
	หลังการจำลองสถานการณ์		
	2. การระดมความคิดเห็น	120	
	และแลกเปลี่ยนระหว่างพนักงาน		
	3. การสรุปและตั้งเป้าหมายการพัฒนา	120	
รวมระยะเวลา		360	20.00
การฝึกอบรม แบบเป็นทางการในชั้นเรียน (Formal training) (ร้อยละ 10)	1. บรรยายเชิงทฤษฎีเกี่ยวข้อง	10	
	2. ชมวิดีโอกรณีศึกษาและอภิปราย	50	
	ร่วมกัน		
รวมระยะเวลา		180	10.00
รวม		1,800	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 28 เพื่อให้การฝึกอบรมในโมดูลที่ 4 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้วางแผนการอบรมอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดหัวข้อ วัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการฝึกอบรมไว้อย่างชัดเจน เพื่อมุ่งเน้นให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะการให้บริการในสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการสื่อสารเชิงอารมณ์ การสร้างความประทับใจแรกพบ การเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีน และการตอบสนองอย่างมืออาชีพในแต่ละแผนก โดยออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับบริบทของงานบริการในโรงแรม และสอดคล้องกับลักษณะหน้าที่เฉพาะของแต่ละแผนก การออกแบบกิจกรรมฝึกอบรมในครั้งนี้อิงตามกรอบแนวคิด 70: 20: 10 Model โดยเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงควบคู่กับการโค้ช และการให้ความรู้เชิงทฤษฎีในสัดส่วนที่เหมาะสมกับลักษณะงานบริการในโรงแรม ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การฝึกอบรม

1. เพื่อให้พนักงานสามารถสร้างประสบการณ์การเข้าพักที่โดดเด่นให้กับลูกค้าชาวจีน
2. เพื่อสร้างทักษะการสร้างความจดจำที่ดีสำหรับลูกค้าชาวจีน

เนื้อหาการฝึกอบรม

1. เทคนิคการให้บริการเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง
2. เทคนิคการมอบการบริการเฉพาะบุคคล และการจัดจำการใช้ข้อมูลลูกค้า

วิธีการฝึกอบรม

การฝึกอบรมในโมดูลที่ 4 ได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมทั้งเนื้อหาทฤษฎีและกิจกรรมเชิงปฏิบัติ โดยเน้นการลงมือทำจริงในแต่ละแผนก เพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน กิจกรรมทั้งหมดอิงตามแนวคิด 70: 20: 10 Model โดยจัดสรรเวลาให้เหมาะสมกับประเภทของการเรียนรู้ ได้แก่ การเรียนรู้จากการลงมือทำ (ร้อยละ 70) การเรียนรู้ผ่านการโค้ช และการสะท้อนคิด (ร้อยละ 20) และการเรียนรู้จากการบรรยายหรือเนื้อหาเชิงทฤษฎี (ร้อยละ 10)

ช่วงที่ 1 การปูพื้นฐานความรู้และกระตุ้นทัศนคติ ผู้เข้าอบรมจะได้รับการแนะนำแนวคิดการบริการที่เป็นเลิศ พร้อมชมวิดีโอกรณีศึกษาและร่วมอภิปราย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

ช่วงที่ 2 การฝึกบทบาทสมมติ (Role play) เป็นกิจกรรมหลักที่ให้พนักงานได้ฝึกฝนในสถานการณ์จริง ที่สอดคล้องกับหน้าที่ของแต่ละแผนก เช่น การต้อนรับลูกค้า การแนะนำเมนูหรือการจัดเตรียมห้องพัก โดยมุ่งเน้นให้พนักงานสามารถสื่อสารอย่างสุภาพ เข้าใจบริบทวัฒนธรรม และควบคุมอารมณ์ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

ช่วงที่ 3 การให้บริการแบบเฉพาะบุคคล (Personalized service) พนักงานจะได้ฝึกใช้ข้อมูลลูกค้า เพื่อให้บริการที่ตอบโจทย์ความต้องการ เช่น การจัดเตรียมสิ่งของในโอกาสพิเศษ การจำแนกความชอบของลูกค้า และการสร้างความประทับใจผ่านรายละเอียดเล็กน้อยในงานบริการ

ช่วงที่ 4 การสะท้อนผลและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ผู้เข้าอบรมจะร่วมกันสรุปผลการเรียนรู้ร่วมกันอภิปรายปัญหา และได้รับข้อเสนอแนะจากวิทยากร เพื่อให้สามารถวางแผนการพัฒนาตนเองในการทำงานต่อไป โดยกิจกรรมนี้ จะเน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ดี (Best practice) ระหว่างพนักงานแต่ละแผนก

ช่วงที่ 5 การฝึกอบรมแยกตามแผนก (ฝึกเฉพาะด้าน) เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ผู้เข้าอบรมจะแบ่งกลุ่มตามแผนก และฝึกปฏิบัติกับสถานการณ์จริงที่ออกแบบมาให้เหมาะกับบริบทของแต่ละแผนก ดังนี้

แผนกต้อนรับ เน้นการกล่าวต้อนรับด้วยความสุภาพในภาษาจีน การดูแลลูกค้ากลุ่มใหญ่ และการรับมือกับลูกค้าประจำ

แผนกอาหารและเครื่องดื่ม มุ่งเน้นการแนะนำเมนูที่ตอบโจทย์สนิยมของลูกค้าชาวจีน การบริการน้ำชา และการจัดโต๊ะอาหารแบบครอบครัว

แผนกแม่บ้าน ฝึกการจัดเตรียมห้องพักแบบพิเศษ เช่น ห้องพักสำหรับโอกาสพิเศษ ห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ หรือครอบครัว พร้อมสาธิตเทคนิคการดูแลที่ประณีต และพิถีพิถัน

กิจกรรมช่วงท้าย

กิจกรรมสะท้อนผลการเรียนรู้รายบุคคลและกลุ่ม เปิดโอกาสให้พนักงานถ่ายทอดสิ่งที่ได้เรียนรู้ และแลกเปลี่ยนความเข้าใจระหว่างกัน เพื่อสร้างความมั่นใจในการนำทักษะไปใช้จริง ในงานบริการ

หลังจากดำเนินกิจกรรมตามแผนการฝึกอบรมข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการอบรม โดยเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการอบรม (Pre-test และ Post-test) ของพนักงานในแต่ละแผนก เพื่อวัดพัฒนาการด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน โดยผลการประเมินสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 ผลเปรียบเทียบ โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test)

แผนก	n	ค่าเฉลี่ย Pre-test	ค่าเฉลี่ย Post-test	$\sum d$	$\sum d^2$	t	p
แผนกต้อนรับ	5	2.32	4.96	13.21	35.16	23.50*	.000
แผนกแม่บ้าน	12	2.05	4.68	31.50	84.18	24.69*	.000
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	10	3.37	4.92	15.55	25.40	13.37*	.000
แผนกขาย	3	4.15	5.00	2.55	2.21	9.81*	.010

* $p < .05$

จากตารางที่ 29 พบว่า พนักงานทุกแผนกมีคะแนนเฉลี่ยหลังอบรมสูงขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะแผนกแม่บ้านที่มีผลต่างรวม $\sum d = 31.50$ ซึ่งเป็นค่าสูงสุดในบรรดาทุกโมดูล สะท้อนว่าหัวข้อเกี่ยวกับมารยาท เทคนิคการตอบสนอง และการดูแลลูกค้าแบบมืออาชีพ มีผลต่อการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญในแผนกนี้

แผนกต้อนรับและอาหารและเครื่องดื่ม ต่างมีค่าคะแนนเพิ่มขึ้นในระดับสูง ทั้งในแง่ $\sum d$ และค่า t ส่วนแผนกขายมีค่า $\sum d = 2.55$ จากพนักงาน 3 คน และมีค่า $p = .010$ ซึ่งแสดงถึงความก้าวหน้าอย่างมีนัยสำคัญ แม้ขนาดแผนกจะเล็ก

การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงเปรียบเทียบแบบ t -test แสดงให้เห็นว่า โมดูลนี้ สามารถเสริมสร้างทักษะการบริการได้อย่างลึกซึ้งและครอบคลุมทุกแผนก ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน

ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม โมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน

ในระยะที่ 3 ผู้วิจัยได้นำโมดูลที่ 5 นำไปทดลองใช้จริงกับกลุ่มพนักงานของโรงแรมจำนวน 30 คน จาก 4 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย โดยจัดกิจกรรมอบรมในรูปแบบเวิร์กช็อปที่มุ่งเน้นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง พร้อมทั้งฝึกการรับมือกับข้อร้องเรียนอย่างมืออาชีพ และการเปลี่ยนสถานการณ์เชิงลบให้กลายเป็นโอกาสในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าชาวจีน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความคาดหวังสูง และให้ความสำคัญกับการดูแลเฉพาะเป็นพิเศษ กิจกรรมฝึกอบรมถูกออกแบบภายใต้แนวคิด 70: 20: 10 Model (Lombardo & Eichinger, 1996) โดยเน้นการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จริง การโค้ชโดยหัวหน้างาน และการเรียนรู้เชิงทฤษฎีที่กระชับและนำไปใช้ได้ทันที ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานสามารถนำทักษะที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในสถานการณ์จริง โดยเฉพาะเมื่อเกิดปัญหาในการบริการ สรุปดังตารางที่ 30

วันที่ดำเนินการฝึกอบรม: วันที่ 19-22 พฤษภาคม พ.ศ. 2568

เวลาที่ดำเนินการฝึกอบรม: 09.00-17.00 น.

สถานที่: ห้องประชุมรัชดา

ตารางที่ 30 แผนการฝึกอบรมโมดูลที่ 5

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาท)	คิดเป็น (ร้อยละ)
การเรียนรู้จาก การปฏิบัติงานจริง (On-the-job learning) (ร้อยละ 70)	1. การสื่อสารแก้ปัญหา การตอบสนอง เชิงบวก 2. การเจรจาต่อรองและโน้มน้าวใจ (สถานการณ์จริง)	300 300	

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาท)	คิดเป็น (ร้อยละ)
	3. การออกแบบแสดงผลแยกตามแผนก	290	
	รวมระยะเวลา	990	68.75
การเรียนรู้ผ่านการโค้ช และการเป็นพี่เลี้ยง (Coaching & mentoring) (ร้อยละ 20)	1. การให้คำแนะนำหลังการจำลอง สถานการณ์สมมติ (Role play) และการทำกิจกรรมกลุ่ม (Workshop)	90	
	2. การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ระหว่างกลุ่ม (Peer review)	120	
	3. การสรุปบทเรียน การสะท้อน ประสบการณ์	90	
	รวมระยะเวลา	300	20.83
การฝึกอบรม แบบเป็นทางการในชั้นเรียน (Formal training) (ร้อยละ 10)	1. บรรยายทฤษฎีและพื้นฐาน ด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และลูกค้าชาวจีน	30	
	2. บรรยายแนวคิด และเทคนิค การเปลี่ยนสถานการณ์	30	
	3. การดูวิดีโอตัวอย่าง + อภิปราย กรณีศึกษา	30	
	4. การสรุปทฤษฎีการเจรจา โน้มน้าวใจ การสื่อสารเชิงบวก	40	
	รวมระยะเวลา	150	10.42
	รวม	1,440	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 30 เพื่อให้การฝึกอบรมในโมดูลที่ 5 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้จัดทำแผนการอบรมอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดหัวข้อ วัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการฝึกอบรมไว้อย่างชัดเจน เพื่อมุ่งเน้นให้พนักงานเกิดความเข้าใจในบริบทของลูกค้าชาวจีน และสามารถนำไป

ประยุกต์ใช้ได้จริงในสถานการณ์การบริการ โดยยึดหลักการออกแบบการฝึกอบรมตามกรอบแนวคิด 70: 20: 10 Model และหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสมกับงานบริการในโรงแรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การฝึกอบรม

เพื่อให้พนักงานสามารถเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาสในการสร้างความประทับใจในการแก้ไขปัญหาสำหรับลูกค้าชาวจีน

เนื้อหาการฝึกอบรม

1. การสร้างความเข้าใจพื้นฐานและความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับลูกค้าชาวจีน
2. การพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาและการสื่อสารเชิงบวก
3. การฝึกฝนการเจรจาและการโน้มน้าวใจในการจัดการปัญหา
4. การสร้างและการเปลี่ยนสถานการณ์ให้เป็นความประทับใจ

วิธีการฝึกอบรม

การฝึกอบรมในโมดูลที่ 5 ได้รับการออกแบบเพื่อให้พนักงานสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่ท้าทายในการให้บริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างมั่นใจ พร้อมเปลี่ยนปัญหาให้เป็นโอกาสในการสร้างความประทับใจ การดำเนินการฝึกอบรมเน้นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง การโค้ชโดยหัวหน้างาน และการให้ความรู้เชิงทฤษฎีที่สามารถนำไปใช้ได้ทันที โดยอิงตามแนวคิด 70: 20: 10 Model เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

ช่วงที่ 1 การสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าชาวจีน เนื้อหาในช่วงนี้ เน้นการให้พนักงานเข้าใจวัฒนธรรม พฤติกรรม และความคาดหวังของลูกค้าชาวจีนผ่านการบรรยายสั้น วิดีโอ ตัวอย่าง และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน เพื่อให้เกิดทัศนคติที่เหมาะสมต่อการบริการ

ช่วงที่ 2 การฝึกทักษะการแก้ปัญหาและการสื่อสารเชิงบวก พนักงานจะได้ฝึกฝนการรับมือกับสถานการณ์จริงที่อาจเกิดขึ้นในการบริการ เช่น ข้อร้องเรียนจากลูกค้า ความเข้าใจผิด หรือสถานการณ์ที่เสี่ยงต่อการเกิดความไม่พอใจ ผ่านกิจกรรมการจำลองสถานการณ์ และฝึกตอบสนองด้วยคำพูดที่สุภาพและมีจิตวิทยาการบริการ

ช่วงที่ 3 การฝึกเจรจาและการโน้มน้าวใจในการแก้ปัญหา มุ่งเน้นการฝึกทักษะในการประเมินสถานการณ์ พิจารณาทางเลือก และการโน้มน้าวใจลูกค้าให้เห็นถึงความตั้งใจ และความจริงใจของพนักงานในการแก้ปัญหา โดยเน้นการให้บริการเชิงรุกและมีความอ่อนน้อมต่อวัฒนธรรมจีน

ช่วงที่ 4 การสร้างช่วงเวลาน่าประทับใจ (WOW Moment) ในช่วงนี้ ผู้เข้าอบรมจะได้ฝึกออกแบบและแสดงบทบาทในสถานการณ์ ที่สามารถพลิกจากปัญหาไปสู่ความประทับใจ

เช่น การเตรียมของขวัญเล็กน้อยเพื่อขอโทษ การอำนวยความสะดวกพิเศษ หรือการใช้คำพูดที่แสดงความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เพื่อสร้างความผูกพันทางใจให้กับลูกค้า

ช่วงที่ 5 การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวางแผนการนำไปใช้จริง หลังจากกิจกรรมฝึกปฏิบัติ พนักงานจะได้รับโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างแผนก พร้อมรับคำแนะนำรายบุคคลจากวิทยากร และจัดทำแผนพัฒนาตนเองสำหรับการให้บริการที่มีคุณภาพในอนาคต

หลังจากดำเนินกิจกรรมตามแผนการฝึกอบรมข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการอบรม โดยเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการอบรม (Pre-test และ Post-test) ของพนักงานในแต่ละแผนก เพื่อวัดพัฒนาการด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน โดยผลการประเมินสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ผลการเปรียบเทียบโมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test)

แผนก	n	ค่าเฉลี่ย Pre-test	ค่าเฉลี่ย Post-test	$\sum d$	$\sum d^2$	t	p
แผนกต้อนรับ	5	2.27	3.68	7.05	14.11	3.09*	.037
แผนกแม่บ้าน	12	1.47	2.73	15.20	19.56	26.50*	.000
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	10	1.78	3.99	22.10	51.90	12.00*	.000
แผนกขาย	3	3.62	5.00	4.15	6.36	4.30*	.050

* $p < .05$

จากตารางที่ 31 พบว่า โมดูลนี้ สามารถเสริมสร้างแนวคิดการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการจัดการข้อร้องเรียนอย่างสร้างสรรค์ให้กับพนักงานทุกแผนก โดยเฉพาะแผนกอาหารและเครื่องดื่มที่มีค่าผลต่างรวม $\sum d$ สูงถึง 22.10 และแผนกแม่บ้าน $\sum d = 15.20$ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะงานที่ต้องเผชิญกับปัญหาจริงในงานบริการบ่อยครั้ง

แผนกต้อนรับมีค่า $\sum d = 7.05$ และค่า $p = .037$ แสดงว่า ผลต่างยังอยู่ในระดับมีนัยสำคัญ ส่วนแผนกขายมีค่า $p = .050$ ซึ่งแม้จะอยู่ที่เส้นขอบของความมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาพร้อมกับค่า $t = 4.30$ และขนาดกลุ่มที่น้อย ($n = 3$) ยังถือว่า โปรแกรมมีแนวโน้มให้ผลลัพธ์เชิงบวก

โดยรวมแล้ว โมเดลนี้ ช่วยให้พนักงานเรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาด้วยวิธีที่ส่งเสริมประสบการณ์เชิงบวก แก่ลูกค้า อันเป็นทักษะสำคัญที่เชื่อมโยงกับการสร้างความประทับใจ และความภักดีของลูกค้าชาวจีนในระยะยาว

ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม โมเดลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้าง

ความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน

ในระยะที่ 3 ผู้วิจัยได้นำโมเดลที่ 6 นำไปทดลองใช้จริงกับกลุ่มพนักงานของโรงแรมจำนวน 30 คน จาก 4 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย โดยกิจกรรมฝึกอบรมในโมเดลนี้ มุ่งเน้นการเสริมสร้างกลยุทธ์การให้บริการที่สามารถสร้างความประทับใจในระยะยาวแก่ลูกค้าชาวจีน ทั้งในด้านการนำเสนอสินค้า การตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล และการใช้เทคนิคทางจิตวิทยาการบริการ โดยเนื้อหาการอบรม ได้รับการออกแบบตามแนวคิด 70: 20: 10 Model โดยเน้นการฝึกปฏิบัติจริงควบคู่กับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการเรียนรู้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

วันที่ดำเนินการฝึกอบรม: วันที่ 23-24 พฤษภาคม พ.ศ. 2568

เวลาที่ดำเนินการฝึกอบรม: 09.00-17.00 น.

สถานที่: ห้องประชุมรัชดา

ตารางที่ 32 แผนการฝึกอบรมโมเดลที่ 6

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาท)	คิดเป็น (ร้อยละ)
การเรียนรู้จาก การปฏิบัติงานจริง (On-the-job learning) (ร้อยละ 70)	1. การวิเคราะห์ลูกค้าชาวจีนยุคใหม่ และกิจกรรมสร้างโปรไฟล์ลูกค้า (Customer profiling)	60	
	2. การฝึกบทบาทสมมติ (Role playing) การแนะนำสินค้า บริการ และการจัดการข้อร้องเรียน	90	
	3. กิจกรรมกลุ่ม (Workshop) การสื่อสาร เชิงบวกและภาษากาย	105	
	4. การออกแบบแคมเปญส่งเสริมการขาย ที่เหมาะสมกับลูกค้าชาวจีน	120	

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ประเภทการฝึกอบรม	กิจกรรม	ระยะเวลา (นาท)	คิดเป็น (ร้อยละ)
	5. กิจกรรมกลุ่ม (Workshop) การวางแผนกลยุทธ์การขายที่ยั่งยืน และการนำเสนอ	150	
	รวมระยะเวลา	525	72.92
การเรียนรู้ผ่านการโค้ช และการเป็นพี่เลี้ยง (Coaching & mentoring) (ร้อยละ 20)	1. การให้คำแนะนำเฉพาะบุคคล หรือรายกลุ่มหลังการทำกิจกรรม 2. การอภิปรายกรณีศึกษาธุรกิจ ที่ประสบความสำเร็จ 3. การให้คำแนะนำโดยวิทยากร ในระหว่างกิจกรรมออกแบบกลยุทธ์	30 30 45	
	รวมระยะเวลา	135	18.75
การฝึกอบรม แบบเป็นทางการในชั้นเรียน (Formal training) (ร้อยละ 10)	1. การบรรยายเชิงโต้ตอบเกี่ยวกับ แนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีน ยุคใหม่-15 นาที 2. การบรรยายวิธีการสื่อสารที่สร้าง ความไว้วางใจ การแสดงออก ทางภาษากาย และการจัดการ ข้อร้องเรียน 3. การบรรยายและสาธิต การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น WeChat, Xiaohongshu, Douyin และการออกแบบโปรโมชัน 4. การสรุปและทบทวนเนื้อหาทั้งหมด พร้อม Q & A	15 15 15	
	รวมระยะเวลา	60	8.33
	รวม	720	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 32 เพื่อให้การฝึกอบรมในโมดูลที่ 6 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้จัดทำแผนการอบรมอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดหัวข้อ วัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการฝึกอบรมไว้อย่างชัดเจน เพื่อมุ่งเน้นให้พนักงานเกิดความเข้าใจในบริบทของลูกค้าชาวจีน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในสถานการณ์การบริการ โดยยึดหลักการออกแบบการฝึกอบรมตามกรอบแนวคิด 70: 20: 10 Model และหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสมกับงานบริการในโรงแรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การฝึกอบรม

1. เพิ่มความพึงพอใจและสร้างความภักดีในระยะยาวของลูกค้าชาวจีน
 2. เข้าใจพฤติกรรม การซื้อ และการตอบสนองต่อความคาดหวังทางวัฒนธรรม
- เนื้อหาการฝึกอบรม

1. การทำความเข้าใจลูกค้าชาวจีนยุคใหม่
2. เทคนิคการสร้างประทับใจและการสื่อสารเชิงลึก
3. การขายและโปรโมชัน (Advance sales and promotion)
4. การสรุปและการวางกลยุทธ์ต่อยอดสำหรับการขายที่ยั่งยืน

วิธีการฝึกอบรม

การฝึกอบรมในโมดูลที่ 6 ได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนในยุคใหม่ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะเชิงกลยุทธ์ในการให้บริการ ที่สามารถสร้างความประทับใจระยะยาว และส่งเสริมให้เกิดความจงรักภักดีต่อโรงแรม พนักงานจะได้เรียนรู้ทั้งด้านการนำเสนอสินค้าและบริการ การวางแผนส่งเสริมการขายที่ตรงใจ และการสื่อสารเชิงลึกที่ตอบโจทย์วัฒนธรรมจีน การฝึกอบรมแบ่งออกเป็น 5 ช่วงสำคัญ ดังนี้

ช่วงที่ 1 การทำความเข้าใจลูกค้าชาวจีนยุคใหม่ พนักงานจะได้เรียนรู้พฤติกรรม การบริโภคของลูกค้าชาวจีน ทั้งด้านพฤติกรรม การซื้อ ความคาดหวังทางวัฒนธรรม การใช้เทคโนโลยี และแนวโน้มการท่องเที่ยว ผ่านการบรรยายเชิงโต้ตอบและการวิเคราะห์กรณีศึกษาจริง เพื่อให้สามารถจำแนกลักษณะกลุ่มเป้าหมาย และวางแผนการบริการได้อย่างเหมาะสม

ช่วงที่ 2 เทคนิคการสร้างประทับใจและการสื่อสารเชิงลึก ฝึกฝนการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ โดยเน้นการใช้คำพูด น้ำเสียง และภาษากายที่เหมาะสมกับบริบทของลูกค้าชาวจีน ผ่านกิจกรรมการจำลองสถานการณ์จริง เช่น การแนะนำสินค้าใหม่ การรับมือกับข้อร้องเรียน และการแสดงความใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้า

ช่วงที่ 3 กลยุทธ์การขายและการตลาดขั้นสูง เรียนรู้เทคนิคการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ชาวจีนใช้งานจริง เช่น WeChat, Xiaohongshu และ Douyin เพื่อวางแผนการสื่อสาร การออกแบบโปรโมชั่น และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงการฝึกอบรมแคมเปญส่งเสริมการขายในลักษณะเฉพาะกลุ่ม

ช่วงที่ 4 การวางแผนกลยุทธ์ต่อ ยอดการขาย พนักงานจะได้ฝึกคิดเชิงกลยุทธ์ และวางแผนการให้บริการอย่างยั่งยืน โดยมีการนำเสนอแนวคิดของตนเองในรูปแบบกลุ่ม พร้อมรับคำแนะนำจากวิทยากรเพื่อปรับใช้จริงในบริบทของแต่ละแผนก

ช่วงที่ 5 สรุปผลและรับความคิดเห็น สิ้นสุดการอบรมด้วยการสรุปเนื้อหาทั้งหมด พร้อมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมสอบถามข้อสงสัย และให้ความคิดเห็นต่อเนื้อหาการฝึกอบรม เพื่อประเมินผลและวางแผนทางการพัฒนาในระยะยาว

หลังจากดำเนินกิจกรรมตามแผนการฝึกอบรมข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการอบรม โดยเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการอบรม (Pre-test และ Post-test) ของพนักงานในแต่ละแผนก เพื่อวัดพัฒนาการด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน โดยผลการประเมินสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 33

ตารางที่ 33 ผลการเปรียบเทียบโมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน (Pre-test/ Post-test)

แผนก	n	ค่าเฉลี่ย Pre-test	ค่าเฉลี่ย Post-test	$\sum d$	$\sum d^2$	t	p
แผนกต้อนรับ	5	3.72	4.22	2.46	1.33	6.53*	.003
แผนกแม่บ้าน	12	2.60	3.73	13.54	18.90	6.81*	.000
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	10	3.06	4.56	15.00	23.84	12.29*	.000
แผนกขาย	3	4.13	5.00	2.62	2.31	12.85*	.006

* $p < .05$

จากตารางที่ 33 พบว่า พนักงานทั้ง 4 แผนกมีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังอบรม (Post-test) สูงกว่าก่อนอบรม (Pre-test) ทุกแผนก โดยเฉพาะแผนกแม่บ้านและแผนกอาหารและเครื่องดื่ม

ที่มีผลต่างคะแนนรวม ($\sum d$) อยู่ที่ 13.54 และ 15.00 ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาทักษะด้านกลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจได้อย่างชัดเจน

ในส่วนของแผนกต้อนรับ แม้จะมีค่าผลต่างรวมไม่สูงมากนัก ($\sum d = 2.46$) แต่เมื่อตรวจสอบค่าความแปรปรวนของผลต่าง ($\sum d^2 = 1.33$) พบว่า มีค่าต่ำที่สุดในทุกแผนก แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาคะแนนของพนักงานกลุ่มนี้ มีความสม่ำเสมอสูง ไม่มีความผันผวน หรือค่าผลต่างสุดโต่ง ซึ่งถือเป็นสัญญาณที่ดีของความต่อเนื่องในการเรียนรู้

ในลักษณะเดียวกัน แผนกขายซึ่งมีจำนวนพนักงานเพียง 3 คน ก็แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าอย่างเด่นชัด โดยมีผลต่างคะแนนรวม ($\sum d = 2.62$) และค่าความแปรปรวนของผลต่าง ($\sum d^2 = 2.31$) ที่ต่ำเช่นกัน ประกอบกับค่าทางสถิติที่แสดงผล t สูงถึง 12.85 และค่า $p = .006$ บ่งชี้ว่า การพัฒนาเกิดขึ้นอย่างชัดเจน และมีความสม่ำเสมอในกลุ่มพนักงานแผนกนี้

ผลการทดสอบทางสถิติด้วย t -test แบบกลุ่มตัวอย่างที่สัมพันธ์กัน (Paired sample t -test) พบว่า ทุกแผนกมีค่า t อยู่ในระดับสูง และมีค่า $p < .05$ อย่างชัดเจน สะท้อนว่า โปรแกรมฝึกอบรมในโมดูลนี้ มีประสิทธิผลต่อการพัฒนาทักษะของพนักงานในทุกแผนกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลวิเคราะห์ทั้ง 6 โมดูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการฝึกอบรมในแต่ละแผนกอย่างเป็นรายบุคคลแล้ว จึงได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับรายแผนกอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาคะแนนเฉลี่ยก่อนและหลังการอบรม (Pre-test/ Post-test) ของพนักงานแต่ละแผนก ครอบคลุมทั้ง 6 โมดูลของโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเชิงประสิทธิภาพของโปรแกรมในแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบนี้ ช่วยให้สามารถประเมินได้ว่า โปรแกรมฝึกอบรมมีผลอย่างไรต่อการพัฒนาทักษะของพนักงานในแผนกที่มีบทบาทแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ t -test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่จับคู่กัน (Paired sample t -test) เพื่อทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างคะแนนก่อนและหลังอบรม

ผลการวิเคราะห์เชิงกลุ่มนี้ จึงเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการประเมินประสิทธิผลของโปรแกรมฝึกอบรมในแต่ละแผนก และเป็นข้อมูลสนับสนุนการปรับปรุงเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการเฉพาะทางของแต่ละสาขางานในโรงแรม

ตารางที่ 34 ผลเปรียบเทียบคะแนนรายแผนก (Pre-test และ Post-test) ทั้ง 6 โมดูล

แผนก	n	ค่าเฉลี่ย Pre-test	ค่าเฉลี่ย Post-test	$\sum d$	$\sum d^2$	t	p
แผนกต้อนรับ	5	2.71	4.56	1.85	3.44	22.18*	.000
แผนกแม่บ้าน	12	2.12	4.07	1.95	3.82	40.73*	.000
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	10	2.89	4.50	1.65	2.73	53.06*	.000
แผนกขาย	3	3.89	4.97	1.31	1.73	9.26*	.011

* $p < .05$

จากตารางที่ 34 สรุปผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและหลังฝึกอบรมแยกตามแผนกทั้ง 6 โมดูล จากการวิเคราะห์ผลการอบรมโดยใช้การทดสอบ t-test แบบ Dependent (Paired samples) พบว่า พนักงานทั้ง 4 แผนก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย มีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมทุกกลุ่ม โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ของโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูลที่ส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในแต่ละแผนกอย่างเด่นชัด โดยรายละเอียดเป็นดังนี้

แผนกต้อนรับ (n = 5) คะแนนเฉลี่ยเพิ่มจาก 2.71 เป็น 4.56 มีค่าคะแนนแตกต่างเฉลี่ย ($\sum d$) เท่ากับ 1.85 และค่าทางสถิติ $t = 22.18$, $p = .000$ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าชัดเจนในการเรียนรู้ด้านการบริการต้อนรับและการสื่อสารภาษาจีน

แผนกแม่บ้าน (n = 12) มีการพัฒนาอย่างเด่นชัด โดยคะแนนเฉลี่ยเพิ่มจาก 2.12 เป็น 4.07 ($\sum d = 1.95$), $t = 40.73$, $p < .000$ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่ดีจากการฝึกอบรมด้านมารยาทในการบริการ ความสะอาด และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าชาวจีน

แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (n = 10) คะแนนเฉลี่ยเพิ่มจาก 2.89 เป็น 4.50 ($\sum d = 1.65$), $t = 53.06$, $p < .000$ แสดงถึงประสิทธิภาพของโมดูลที่เน้นการใช้เทคโนโลยีในการบริการจัดการข้อร้องเรียน และการขายเมนูให้เหมาะสมกับลูกค้าจีน

แผนกขาย (n = 3) คะแนนเฉลี่ยเพิ่มจาก 3.89 เป็น 4.97 ($\sum d = 1.31$), $t = 9.26$, $p = .011$ แม้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะน้อย แต่ยังพบว่า ความแตกต่างมีนัยสำคัญ แสดงถึงการตอบสนองเชิงบวกต่อการฝึกอบรมด้านกลยุทธ์การขาย และการสร้างความประทับใจ

จากผลการวิเคราะห์นี้ สะท้อนให้เห็นว่า โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล มีประสิทธิภาพในการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และทักษะของพนักงานในแต่ละแผนกอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในแผนกแม่บ้านและแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีการเปลี่ยนแปลงของค่าเฉลี่ยและค่าทางสถิติอย่างโดดเด่น ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมและเนื้อหาการฝึกอบรมที่ออกแบบมาให้เหมาะสมกับลักษณะงานและความต้องการของลูกค้าชาวจีนในบริบทโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัยระยะที่ 3

“การนำโปรแกรมฝึกอบรมไปใช้จริง (ระยะที่ 3) จะส่งผลให้พนักงานมีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการให้บริการลูกค้าชาวจีนดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการอบรม (Pre-test/ Post-test)”

เพื่อทดสอบสมมติฐานข้างต้น ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นทั้ง 6 โมดูลไปใช้จริงกับพนักงานโรงแรม จำนวน 30 คน แบ่งออกเป็น 4 แผนก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย จากนั้นเก็บข้อมูลผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการอบรม พร้อมนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่จับคู่กัน (Paired sample t-test) เพื่อประเมินว่า การฝึกอบรมส่งผลต่อความรู้และทักษะของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่

การวิเคราะห์ผลรายแผนก พบว่า พนักงานทุกกลุ่มมีคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรมสูงกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผลต่างของคะแนนเฉลี่ย ($\sum d$) และผลรวมกำลังสองของผลต่าง ($\sum d^2$) แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกอย่างชัดเจน ทุกกลุ่มมีค่า t เป็นบวกในระดับสูง และมีค่า p-value ต่ำกว่า .05 ซึ่งยืนยันถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะแผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกแม่บ้าน มีค่า t และ p ที่โดดเด่นที่สุด สะท้อนถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาและวิธีการฝึกอบรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่แผนกขาย แม้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย แต่ยังคงแสดงผลลัพธ์ที่เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ ผลการทดสอบด้วย Paired sample t-test ยังยืนยันแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงนี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกแผนกอย่างชัดเจน

สรุปผล ข้อมูลเชิงประจักษ์จากการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังฝึกอบรม แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล ที่พัฒนาขึ้น สามารถนำไปใช้จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ กับพนักงานแต่ละแผนกในบริบทของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร และสนับสนุนสมมติฐานในระยะที่ 3 ได้อย่างสมบูรณ์

ระยะที่ 4 การประเมินและปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม

หลังจากที่ได้ทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล กับพนักงานที่ปฏิบัติงานจริงในโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครแล้ว ขั้นตอนต่อไปของการวิจัย คือ การประเมินและปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม โดยมีเป้าหมายเพื่อวัดประสิทธิภาพของโปรแกรมทั้งในด้านความพึงพอใจของผู้เข้าอบรม ความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม ความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนต่อพนักงานรอบเช้าที่ผ่านกระบวนการฝึกอบรม กระบวนการประเมินผล ในระยะนี้ ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวน 3 ฉบับ ได้แก่

1. แบบทดสอบเพื่อประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล
2. แบบทดสอบเพื่อประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรมจากมุมมองของพนักงานผู้เข้าร่วมโปรแกรม
3. แบบทดสอบผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเช้าได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม

ข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บแบบทดสอบทั้งหมดจะถูกนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อสะท้อนถึงจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนา และข้อเสนอแนะเชิงประจักษ์สำหรับการปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ในบริบทของโรงแรมอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสม

แบบทดสอบเพื่อประเมินความพึงพอใจของพนักงาน

เป็นแบบทดสอบพนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล หลังจากพนักงานได้เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรมครบทั้ง 6 โมดูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินความพึงพอใจของพนักงาน โดยใช้แบบทดสอบที่ออกแบบขึ้น เพื่อสะท้อนความคิดเห็นของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อเนื้อหา กิจกรรม วิธีการฝึกอบรม และบรรยากาศการเรียนรู้โดยรวมของโปรแกรมในแต่ละโมดูล ผลการประเมินความพึงพอใจนี้ จะช่วยสะท้อนมุมมองของพนักงานที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมโดยตรง ซึ่งเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการนำองค์ความรู้ไปปรับใช้ในงานบริการจริง อีกทั้ง ยังเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรมให้เหมาะสมกับบริบทการทำงานในธุรกิจโรงแรมต่อไป

ตารางที่ 35 ผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
1	เนื้อหาและกิจกรรมใน Module 1 ตรงกับความต้องการของคุณหรือไม่?	4.56	0.36	มากที่สุด	16
2	คุณรู้สึกว่าเนื้อหาช่วยเพิ่มความมั่นใจในการให้บริการลูกค้าชาวจีนหรือไม่?	4.97	0.21	มากที่สุด	2
3	วิทยากรสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างน่าสนใจและเข้าใจง่ายหรือไม่?	4.81	0.17	มากที่สุด	6
4	ระยะเวลาของการอบรมใน Module นี้เหมาะสมหรือไม่?	4.72	0.48	มากที่สุด	9
5	สามารถนำทักษะและความรู้จาก Module นี้ ไปใช้ในงานของคุณได้จริงหรือไม่?	4.41	0.49	มาก	25
6	คุณรู้สึกว่า การฝึกอบรมด้านภาษาจีนมีประโยชน์ต่อการทำงานของของคุณหรือไม่?	4.41	0.43	มาก	26
7	การฝึกการออกเสียงและการใช้ลีพื้นฐานในภาษาจีน มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายหรือไม่?	4.34	0.26	มาก	28
8	คุณพึงพอใจกับกิจกรรมการฝึกปฏิบัติ เช่น การสนทนาจำลอง หรือการทบทวนคำศัพท์หรือไม่?	4.91	0.18	มากที่สุด	
9	คุณคิดว่า เนื้อหาภาษาจีนมีความครอบคลุมเพียงพอสำหรับการใช้งานในชีวิตจริงหรือไม่?	4.72	0.39	มากที่สุด	10
10	คุณรู้สึกว่า ครูผู้สอนมีความเชี่ยวชาญและสามารถตอบคำถามได้ชัดเจนหรือไม่?	4.80	0.30	มากที่สุด	7
11	กิจกรรมการฝึกทักษะการบริการ ช่วยให้คุณเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าชาวจีนมากขึ้นหรือไม่?	4.31	0.19	มาก	30
12	คุณคิดว่า เนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการบริการพิเศษ (WOW Service) มีประโยชน์ต่อการทำงานหรือไม่?	4.98	0.32	มากที่สุด	1
13	คุณรู้สึกว่า การฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง ช่วยพัฒนาทักษะการบริการของคุณหรือไม่?	4.88	0.16	มากที่สุด	4

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
14	คุณสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าไปปรับใช้ในการทำงานได้จริงหรือไม่?	4.45	0.47	มาก	21
15	คุณพึงพอใจกับคำแนะนำและคำปรึกษาที่ได้รับจากวิทยากรหรือไม่?	4.43	0.24	มาก	23
16	คุณรู้สึกว่าการเนื้อหาเกี่ยวกับการแก้ปัญหาและการสร้าง WOW Moment ตรงกับความต้องการหรือไม่?	4.43	0.38	มาก	24
17	การฝึกปฏิบัติการเจรจาและแก้ปัญหามีประสิทธิภาพ และช่วยเพิ่มทักษะของคุณหรือไม่?	4.51	0.26	มากที่สุด	18
18	คุณคิดว่ากรณีศึกษาที่นำมาใช้ในการอบรมสามารถนำไปปรับใช้ได้จริงหรือไม่?	4.67	0.33	มากที่สุด	12
19	คุณพึงพอใจกับการเรียนรู้เทคนิคการเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาสในการบริการลูกค้าชาวจีนหรือไม่?	4.60	0.34	มากที่สุด	15
20	คุณสามารถนำความรู้จาก Module นี้ ไปใช้แก้ไข ปัญหาในงานจริงได้หรือไม่?	4.50	0.21	มาก	19
21	คุณพึงพอใจกับการสอนการใช้งาน WeChat, Alipay และเทคโนโลยีดิจิทัลอื่น ๆ หรือไม่?	4.73	0.49	มากที่สุด	8
22	การฝึกปฏิบัติการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล เช่น QR Code และแพลตฟอร์มการชำระเงิน ช่วยเพิ่มทักษะของคุณหรือไม่?	4.40	0.42	มาก	27
23	คุณคิดว่า เนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการรีวิวออนไลน์ และการใช้โซเชียลมีเดีย เหมาะสมกับการทำงานหรือไม่?	4.50	0.48	มาก	20
24	คุณพึงพอใจกับคำแนะนำเกี่ยวกับการปรับตัวในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลหรือไม่?	4.56	0.46	มากที่สุด	17

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
25	คุณสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการบริการด้วยเทคโนโลยีไปเพิ่มประสิทธิภาพในงานได้จริงหรือไม่?	4.62	0.36	มากที่สุด	14
26	เนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน ช่วยให้คุณเข้าใจลูกค้ามากขึ้นหรือไม่?	4.85	0.47	มากที่สุด	5
27	คุณคิดว่า กลยุทธ์การขายที่สอนใน Module นี้ ช่วยเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?	4.44	0.18	มาก	22
28	เนื้อหาและกิจกรรมใน Module 1 ตรงกับความต้องการของคุณหรือไม่?	4.66	0.22	มากที่สุด	13
29	คุณรู้สึกว่าการเนื้อหาช่วยเพิ่มความมั่นใจในการให้บริการลูกค้าชาวจีนหรือไม่?	4.71	0.22	มากที่สุด	11
30	วิทยากรสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างน่าสนใจและเข้าใจง่ายหรือไม่?	4.33	0.26	มาก	9
รวม		4.61	0.32	มากที่สุด	

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 35 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า พนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุด โดยค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = 4.61$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) = 0.32 ซึ่งผลโดยรวมอยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมากที่สุด และหากแบ่งตามส่วนแล้วพนักงานที่มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมฝึกอบรมในระดับ “มากที่สุด” แสดงถึงประสิทธิภาพของเนื้อหาและกิจกรรมที่สามารถตอบโจทย์การทำงานจริงได้อย่างดี โดยมีหัวข้อที่พึงพอใจสูงสุด ได้แก่ 1) เนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการบริการพิเศษ (WOW Service) มีประโยชน์ต่อการทำงานหรือไม่ ($\bar{X} = 4.98$, SD = 0.32) 2) เนื้อหาช่วยเพิ่มความมั่นใจในการให้บริการลูกค้าชาวจีนหรือไม่ ($\bar{X} = 4.97$, SD = 0.21) 3) คุณพึงพอใจกับกิจกรรมการฝึกปฏิบัติ เช่น สนทนาจำลอง หรือการทบทวนคำศัพท์หรือไม่ ($\bar{X} = 4.91$, SD = 0.18) 4) คุณรู้สึกว่าการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง ช่วยพัฒนาทักษะการบริการของคุณหรือไม่

($\bar{X} = 4.88$, $SD = 0.16$) และ 5) เนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายและความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจลูกค้ามากขึ้นหรือไม่ ($\bar{X} = 4.85$, $SD = 0.47$)

โดยสรุป โปรแกรมฝึกอบรมมีจุดเด่นในด้านการออกแบบกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของพนักงาน ทั้งในแง่ของความเข้าใจลูกค้า การพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติ และการนำไปประยุกต์ใช้ในงานจริงได้ โดยเฉพาะในด้านการบริการที่เกินความคาดหวัง (WOW Service) และการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าชาวจีน ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพนักงานพึงพอใจกับโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล

แบบทดสอบเพื่อประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม

แบบทดสอบจากมุมมองของพนักงานผู้เข้าร่วมโปรแกรม เพื่อให้สามารถประเมินคุณภาพของโปรแกรมฝึกอบรมได้อย่างครอบคลุม ผู้วิจัยได้จัดเก็บข้อมูลจากพนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมทั้ง 6 โมดูล โดยใช้แบบทดสอบ ซึ่งออกแบบขึ้นเพื่อประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรมที่รวมด้วยเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม วิธีการถ่ายทอด และการนำไปใช้จริงในงานบริการ จากมุมมองของผู้เข้าอบรมโดยตรง

การประเมินความเป็นประโยชน์นี้ ถือเป็นข้อมูลสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้ที่ได้สัมผัสเนื้อหาฝึกอบรมในทุกมิติ และสามารถสะท้อนข้อเสนอแนะทั้งในเชิงเนื้อหา และกระบวนการได้อย่างตรงจุด ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงโปรแกรมให้มีประโยชน์มากยิ่งขึ้นในรอบต่อไป

ตารางที่ 36 ผลการประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรมจากมุมมองของพนักงานผู้เข้าร่วมโปรแกรม

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
1	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้เข้าใจความต้องการ และพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?	4.56	0.36	มากที่สุด	15
2	การฝึกอบรมสามารถนำไปปรับใช้กับงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่?	4.97	0.21	มากที่สุด	2
3	วิธีการสอน (เช่น การบรรยายและกิจกรรม) มีความน่าสนใจและช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ดีหรือไม่?	4.81	0.17	มากที่สุด	6
4	เนื้อหาเหมาะสมกับบทบาทและหน้าที่ในงานบริการของท่านหรือไม่?	4.72	0.48	มากที่สุด	10

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
5	ระยะเวลาและวิธีการอบรมเหมาะสมกับความลึกซึ้งของเนื้อหาหรือไม่?	4.41	0.49	มาก	25
6	เนื้อหาการฝึกอบรม ช่วยให้ท่านสามารถใช้ภาษาจีนเพื่อสื่อสารกับลูกค้าได้จริงหรือไม่?	4.41	0.43	มาก	24
7	การฝึกปฏิบัติ (เช่น Role play หรือ Conversation drills) มีความเหมาะสม และช่วยเพิ่มทักษะการใช้ภาษาจีนหรือไม่?	4.34	0.26	มาก	27
8	พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงและเข้าใจการฝึกอบรมได้หรือไม่?	4.91	0.18	มากที่สุด	3
9	การฝึกอบรมช่วยเสริมความมั่นใจในการสื่อสารภาษาจีนกับลูกค้าหรือไม่?	4.72	0.39	มากที่สุด	9
10	เนื้อหาเหมาะสมกับระดับพื้นฐาน หรือความต้องการในการพัฒนาทักษะของท่านหรือไม่?	4.80	0.30	มากที่สุด	7
11	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะการให้บริการได้อย่างแท้จริงหรือไม่?	4.31	0.19	มาก	29
12	การฝึกอบรมช่วยสร้างความเข้าใจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?	4.98	0.32	มากที่สุด	1
13	วิธีการอบรม (เช่น Workshop และ Case studies) ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงลึกหรือไม่?	4.88	0.16	มากที่สุด	4
14	ท่านรู้สึกว่าจะสามารถนำเทคนิคที่ได้เรียนรู้ไปใช้ปรับปรุงการบริการได้จริงหรือไม่?	4.45	0.47	มาก	20
15	ระยะเวลาและวิธีการฝึกอบรมเหมาะสมกับการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของท่านหรือไม่?	4.43	0.24	มาก	2
16	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้เข้าใจการจัดการปัญหา และข้อร้องเรียนของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?	4.43	0.38	มาก	23

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
17	การฝึกอบรมช่วยเพิ่มความสามารถในการเปลี่ยนสถานการณ์ที่ไม่พอใจ ให้กลายเป็นความประทับใจได้หรือไม่?	4.51	0.26	มากที่สุด	17
18	พนักงานรู้สึกมั่นใจมากขึ้นในการจัดการสถานการณ์ที่ท้าทายหลังการฝึกอบรมหรือไม่?	4.67	0.33	มากที่สุด	11
19	กิจกรรม Role play และ Simulation มีความเหมาะสมและสร้างประโยชน์ต่อการเรียนรู้หรือไม่?	4.60	0.34	มากที่สุด	14
20	เนื้อหาและวิธีการสอนเหมาะสมกับลักษณะงานบริการของท่านหรือไม่?	4.50	0.21	มาก	18
21	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยเพิ่มความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริการลูกค้าชาวเงินได้ดีหรือไม่?	4.73	0.49	มากที่สุด	8
22	การฝึกอบรมช่วยเพิ่มทักษะการใช้แอปพลิเคชัน (เช่น WeChat, Alipay) ในงานบริการหรือไม่?	4.40	0.42	มาก	26
23	การสาธิตและการฝึกปฏิบัติช่วยให้พนักงานเข้าใจวิธีการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่?	4.50	0.48	มาก	19
24	พนักงานรู้สึกว่า การใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มคุณภาพและความสะดวกในการบริการได้จริงหรือไม่?	4.56	0.46	มากที่สุด	16
25	การฝึกอบรมเหมาะสมกับแนวโน้มการบริการยุคใหม่ และความต้องการของลูกค้าชาวเงินหรือไม่?	4.6	0.36	มากที่สุด	13
26	เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยเพิ่มความเข้าใจในพฤติกรรม การซื้อ และความคาดหวังของลูกค้าชาวเงินได้ดีหรือไม่?	4.85	0.47	มากที่สุด	5
27	การฝึกอบรมช่วยเพิ่มทักษะการขายที่สร้างความประทับใจ และความไว้วางใจให้ลูกค้าได้หรือไม่?	4.44	0.18	มาก	21
28	พนักงานรู้สึกว่ากลยุทธ์การขายที่ได้เรียนรู้ สามารถนำไปใช้เพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?	4.66	0.22	มากที่สุด	12

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
29	การออกแบบโปรแกรมและกิจกรรมในระหว่าง การฝึกอบรม ช่วยให้พนักงานสามารถคิดกลยุทธ์ ได้อย่างสร้างสรรค์หรือไม่?	4.10	0.22	มาก	30
30	การฝึกอบรมช่วยสร้างทักษะที่ทำให้พนักงาน สามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าชาวจีน ได้หรือไม่?	4.33	0.26	มาก	28
รวม		4.49	0.48	เป็นประโยชน์มาก	

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 36 สรุปผลการประเมินความเป็นประโยชน์โปรแกรมฝึกอบรม โดยผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ผู้ร่วมประเมินมีความเห็นว่า โปรแกรมฝึกอบรม เป็นประโยชน์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม $\bar{X} = 4.49$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) = 0.48 ซึ่งอยู่ใน ระดับเป็นประโยชน์มาก สะท้อนให้เห็นว่า โปรแกรมมีเนื้อหา รูปแบบ และกระบวนการฝึกอบรม ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในโรงแรมอย่างมีประสิทธิภาพ รายการที่ได้รับ การประเมินว่า เป็นประโยชน์มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) การฝึกอบรมช่วยสร้างความเข้าใจ ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่ ($\bar{X} = 4.98$, SD = 0.32) 2) การฝึกอบรมสามารถนำไปปรับใช้กับงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ ($\bar{X} = 4.97$, SD = 0.21) 3) พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงและเข้าใจการฝึกอบรมได้หรือไม่ ($\bar{X} = 4.91$, SD = 0.18) 4) วิธีการอบรม (เช่น Workshop และ Case studies) ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงลึกหรือไม่ ($\bar{X} = 4.88$, SD = 0.16) และ 5) เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยเพิ่มความเข้าใจในพฤติกรรม การซื้อ และความคาดหวังของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่ ($\bar{X} = 4.85$, SD = 0.47)

พนักงานมีความเห็นว่า โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อ การนำไปใช้จริงในสถานการณ์การให้บริการในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพัฒนาทักษะ และแนวทางการบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าชาวจีน ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการต่อลูกค้า ชาวจีนของโรงแรมให้ดียิ่งขึ้น

แบบทดสอบผลกระทบเชิงบวกจากลูกค้า

แบบทดสอบจากลูกค้าที่ได้รับบริการจากพนักงานรอบเช้าได้รับการพัฒนา

ตามโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อให้การประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมฝึกอบรมมีความรอบด้านมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักและได้รับการบริการจากพนักงานที่ผ่านการอบรมครบทั้ง 6 โมดูลในรอบเช้า โดยใช้แบบทดสอบฉบับที่ 5 ซึ่งออกแบบขึ้นเพื่อสะท้อนมุมมองของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ หลังจากที่พนักงานได้รับการพัฒนาแล้วในรอบเช้า แบบทดสอบฉบับนี้ ประกอบด้วยหัวข้อการประเมินที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างในการประเมินประกอบด้วยลูกค้าชาวจีนจำนวน 150 คน ที่เข้าพักในช่วงหลังการฝึกอบรมของพนักงาน ซึ่งแบบทดสอบได้แจกให้แก่ลูกค้าในรูปแบบไม่ระบุตัวตน เพื่อให้ผู้ตอบสามารถแสดงความรู้สึกที่แท้จริงต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม

ข้อมูลที่ได้จากการประเมินนี้ ถือเป็นมุมมองที่มีความสำคัญยิ่ง เนื่องจากเป็นเสียงสะท้อนจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรงของโปรแกรมฝึกอบรม และสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงพฤติกรรมการบริการของพนักงาน ตลอดจนการพัฒนาโปรแกรมให้มีความครอบคลุมและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้อย่างแท้จริง

ตารางที่ 37 ผลการประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเช้าได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
1	พนักงานสามารถแสดงความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของคุณได้ดี	4.82	0.38	มากที่สุด	1
2	การให้บริการของพนักงานมีความรวดเร็วและตอบสนองได้ตรงจุด	4.49	0.51	มาก	28
3	พนักงานสามารถใช้ภาษากายและน้ำเสียงที่แสดงถึงความใส่ใจและเคารพ	4.47	0.45	มาก	29
4	คุณรู้สึกพึงพอใจกับการให้บริการโดยรวมของพนักงาน	4.58	0.50	มากที่สุด	27
5	พนักงานสามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจระหว่างการให้บริการได้	4.69	0.47	มากที่สุด	6

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
6	พนักงานสามารถสื่อสารภาษาจีนพื้นฐานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม	4.61	0.48	มากที่สุด	26
7	คุณพึงพอใจกับความชัดเจนและความเข้าใจในข้อมูลที่พนักงานสื่อสาร	4.64	0.47	มากที่สุด	16
8	พนักงานสามารถตอบคำถาม หรือข้อสงสัยของคุณได้อย่างสุภาพ	4.67	0.45	มากที่สุด	8
9	พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารที่ช่วยลดปัญหาความไม่เข้าใจได้ดี	4.67	0.47	มากที่สุด	9
10	คุณรู้สึกว่าคุณพนักงานสามารถปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ	4.71	0.45	มากที่สุด	4
11	พนักงานมีความสุภาพและเอาใจใส่ในระหว่างการให้บริการ	4.68	0.46	มากที่สุด	7
12	การให้บริการของพนักงานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของคุณได้อย่างสมบูรณ์	4.64	0.51	มากที่สุด	17
13	พนักงานสามารถช่วยแก้ไขปัญหา หรือข้อร้องเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.65	0.50	มากที่สุด	13
14	คุณรู้สึกว่าคุณพนักงานมีทักษะในการจัดการสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือยากลำบาก	4.73	0.44	มากที่สุด	2
15	คุณพึงพอใจกับระดับความเป็นมืออาชีพของพนักงานในการให้บริการ	4.64	0.48	มากที่สุด	18
16	พนักงานสามารถระบุและเข้าใจปัญหาของคุณได้อย่างรวดเร็ว	4.66	0.47	มากที่สุด	11
17	พนักงานแสดงให้เห็นถึงความสุภาพและความใส่ใจในการจัดการกับปัญหา	4.64	0.49	มากที่สุด	19
18	พนักงานสามารถเปลี่ยนสถานการณ์ที่ไม่พึงพอใจให้เป็นความประทับใจได้	4.64	0.48	มากที่สุด	20

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
19	คุณรู้สึกว่าคุณสามารถจัดการกับปัญหาได้ดีกว่าที่คาดหวัง	4.63	0.49	มากที่สุด	24
20	พนักงานสามารถช่วยให้คุณใช้งานเทคโนโลยี เช่น WeChat หรือ Alipay ได้อย่างราบรื่น	4.62	0.48	มากที่สุด	25
21	คุณพึงพอใจกับการใช้ QR Code หรือเครื่องมือดิจิทัลอื่น ๆ เพื่อช่วยในการให้บริการ	4.65	0.49	มากที่สุด	13
22	พนักงานสามารถอธิบายขั้นตอนการใช้งานเทคโนโลยีได้ชัดเจน	4.65	0.48	มากที่สุด	14
23	พนักงานช่วยจัดการกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีได้อย่างมืออาชีพ	4.64	0.48	มากที่สุด	21
24	คุณรู้สึกว่าการให้บริการด้วยเทคโนโลยีช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้บริการ	4.67	0.47	มากที่สุด	10
25	พนักงานสามารถแนะนำสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของคุณ	4.64	0.48	มากที่สุด	22
26	คุณพึงพอใจกับความรู้และความเชี่ยวชาญของพนักงานในการแนะนำบริการ	4.64	0.48	มากที่สุด	23
27	พนักงานสามารถแนะนำโปรโมชั่น หรือข้อเสนอพิเศษที่น่าสนใจได้	4.65	0.49	มากที่สุด	15
28	การสื่อสารของพนักงานทำให้คุณรู้สึกมั่นใจในสินค้าและบริการ	4.70	0.46	มากที่สุด	5
29	พนักงานสามารถสร้างความประทับใจ จนทำให้คุณต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง	4.73	0.46	มากที่สุด	3
รวม		4.65	0.47	มากที่สุด	

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 37 สรุปผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเช้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าชาวจีนมีระดับ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานอยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยมี ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.65$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) = 0.47 สะท้อนให้เห็นว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่ออกแบบมาสามารถส่งเสริมทักษะและพฤติกรรมการให้บริการที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยหัวข้อที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจ สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่

1) พนักงานสามารถแสดงความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของคุณได้ดี ($\bar{X} = 4.82$, SD = 0.38) 2) คุณรู้สึกว่าคุณพนักงานมีทักษะในการจัดการสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือยากลำบาก ($\bar{X} = 4.73$, SD = 0.44) 3) พนักงานสามารถสร้างความประทับใจ จนทำให้คุณต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ($\bar{X} = 4.73$, SD = 0.46) 4) คุณรู้สึกว่าคุณพนักงานสามารถปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.71$, SD = 0.45) และ 5) การสื่อสารของพนักงาน ทำให้คุณรู้สึกมั่นใจในสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 4.70$, SD = 0.46) หัวข้อเหล่านี้ สะท้อนถึงผลสัมฤทธิ์ของการอบรมที่เน้นทักษะเชิงปฏิบัติ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทักษะคิดในการให้บริการ และความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนอย่างลึกซึ้ง อันส่งผลให้เกิดความประทับใจ และความภักดีจากลูกค้าอย่างชัดเจน

โดยสรุปแล้ว ลูกค้าชาวจีนรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกหลังพนักงานเข้ารับการอบรม ทั้งในมิติของความใส่ใจ การบริการเชิงรุก และความเข้าใจวัฒนธรรมลูกค้า ซึ่งล้วนส่งผลต่อประสบการณ์ที่ดีในระหว่างการเข้าพักและใช้บริการของโรงแรม ถือเป็นเครื่องยืนยันถึงประสิทธิภาพของโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล ที่สามารถยกระดับคุณภาพบริการให้ตอบสนองตลาดนักท่องเที่ยวจีนได้อย่างชัดเจน

ผลการประเมินและปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม

หลังจากการดำเนินการฝึกอบรมตามโปรแกรมทั้ง 6 โมดูลในระยะที่ 3 แล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินความพึงพอใจของพนักงาน ความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม ในมุมมองของพนักงาน และผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเข้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อพิจารณาผลลัพธ์ในเชิงความรู้ ทักษะ ความพึงพอใจ และความเป็นไปได้ในการนำโปรแกรมไปใช้ในอนาคต โดยใช้เครื่องมือประเมินทั้งหมด 3 แบบทดสอบ ดังตารางที่ 38

ตารางที่ 38 สรุปผลการประเมินโปรแกรมฝึกอบรม

ลำดับ	เครื่องมือวัด/ ผู้ตอบแบบทดสอบ	รายละเอียดผลการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1	ความพึงพอใจ ของพนักงาน	พนักงานพึงพอใจต่อโปรแกรม ในภาพรวม โดยเฉพาะกิจกรรม การจัดอบรม และการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างแผนก	4.61	0.32	มากที่สุด
2	ความเป็นประโยชน์ ของโปรแกรม (จากมุมมองพนักงาน)	เห็นว่าโปรแกรมเหมาะสมกับ สถานการณ์ และสามารถ นำไปประยุกต์ใช้ได้จริง	4.49	0.48	มาก
3	ผลกระทบเชิงบวก หลังลูกค้าได้รับ บริการ	ลูกค้าระบุว่า ความพึงพอใจ ในคุณภาพบริการหลังอบรม โดยเฉพาะมารยาท ความสุภาพ การสื่อสาร และความรวดเร็ว	4.65	0.77	มากที่สุด

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 38 สามารถสรุปเกี่ยวกับผลการประเมินของแบบทดสอบทั้ง 3 แบบ โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. ผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล พนักงานให้ความพึงพอใจต่อโปรแกรมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, $SD = 0.32$) พร้อมแสดงข้อเสนอแนะเชิงบวกเกี่ยวกับการจัดอบรม การประยุกต์เนื้อหา และบรรยากาศการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างแผนก

2. ผลการประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรม พนักงานประเมินว่าโปรแกรมฝึกอบรมมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผลการประเมินความเป็นประโยชน์มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.48$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก สะท้อนถึงการออกแบบเนื้อหาและวิธีการถ่ายทอดที่ตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานในแต่ละแผนก

3. ผลการประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการหลังพนักงานรอบเช้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรมลูกค้าชาวจีน ที่เข้ารับบริการหลังจากการอบรมประเมิน

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยรวมว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, $SD = 0.77$) โดยเฉพาะในมิติของความใส่ใจ ความสุภาพ และความสามารถในการสื่อสารเบื้องต้น รวมถึงการตอบสนองต่อปัญหาอย่างมีอาชีพ โดยมีข้อเสนอแนะจากการปรับปรุงผลการฝึกอบรม ดังตารางที่ 39

ตารางที่ 39 ตารางสรุปการปรับปรุงผลการฝึกอบรม

โมดูล	ข้อเสนอแนะของพนักงานกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม ประเด็นที่ควรปรับปรุง	แนวทางการปรับปรุง
โมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐาน ด้านการให้บริการ ที่เป็นเลิศสำหรับ ลูกค้าชาวจีน	กิจกรรมฝึกอบรม ยังไม่หลากหลายเพียงพอ โดยเฉพาะในส่วนของการเรียนรู้ แบบ 20% (Coaching) และ 10% (ทฤษฎี)	เพิ่มกิจกรรมกลุ่มย่อย เพื่ออภิปราย กรณีศึกษา และจัดช่วงการโค้ช เฉพาะราย (Individual coaching) ในสถานการณ์จำลอง เพื่อให้เกิด การสะท้อนคิดและเรียนรู้ร่วมกัน
โมดูลที่ 2 ภาษาจีน เพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับคุณภาพ การบริการลูกค้า ชาวจีน	1. เนื้อหาทางภาษาจีน ค่อนข้างยากสำหรับพนักงาน บางกลุ่ม โดยเฉพาะ แผนกแม่บ้าน 2. พนักงานต้องการ ความต่อเนื่องของโปรแกรม โดยการเพิ่มเวลาให้มากขึ้น 3. พนักงานต้องการให้โรงแรม มีการสอนภาษาจีนเพิ่มขึ้น ในจำนวนชั่วโมงที่เพิ่มขึ้น	1. จัดทำศัพท์ภาษาจีนพื้นฐาน เฉพาะสำหรับแต่ละแผนกและ ใช้คลิปวิดีโอจำลองสถานการณ์ คู่มือพร้อมคำบรรยาย เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น 2. การจัดโปรแกรมการฝึกอบรม ในโอกาสต่อไปให้เพิ่มเวลา ในส่วนของการฝึกพูด ออกเสียง คำศัพท์ภาษาจีนให้มากยิ่งขึ้น 3. จัดทำโปรแกรมการเรียนรู้ ภาษาจีนเพิ่มขึ้นในอนาคต เพื่อความต่อเนื่องของพนักงาน

ตารางที่ 39 (ต่อ)

โมดูล	ข้อเสนอแนะของพนักงานกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม ประเด็นที่ควรปรับปรุง	แนวทางการปรับปรุง
โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยี เพื่อยกระดับ การบริการที่เป็นเลิศ สำหรับลูกค้าชาวจีน	พนักงานบางคนยังขาด ความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบ Chatbot หรือ QR Code	เพิ่มช่วงฝึกทดลองใช้อุปกรณ์จริง มากขึ้น พร้อมมีพี่เลี้ยงให้ คำแนะนำรายบุคคล และ ใช้สถานการณ์สมมติร่วมกับ เทคโนโลยีในการฝึก
โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะ การให้บริการ ที่เป็นเลิศกับลูกค้า ชาวจีน	บางแผนกยังไม่สามารถนำเทคนิค การสร้างความประทับใจแรกพบ (First impression) ไปใช้ได้จริง ในการทำงานประจำวัน	ออกแบบบทบาทสมมติ (Role play) ที่ใกล้เคียงกับงานจริง ของแต่ละแผนกมากขึ้น และมีแบบฟอร์มสะท้อนผล หลังการฝึกแต่ละครั้ง
โมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหา เป็นความประทับใจ ให้ลูกค้าชาวจีน	กรณีศึกษาที่ใช้ยังไม่ครอบคลุม สถานการณ์จริงของโรงแรม มากพอ	ปรับปรุงกรณีศึกษาโดยใช้ข้อมูล ปัญหาจริงจากโรงแรม เช่น การร้องเรียนจากลูกค้าจีน และ ออกแบบแนวทางแก้ไขร่วมกับ หัวหน้างาน
โมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการ เพื่อสร้าง ความประทับใจ สำหรับลูกค้าชาวจีน	แนวทางการขายเชิงวัฒนธรรม ยังไม่ชัดเจนพอสำหรับแผนก ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขาย โดยตรง	จัดเวิร์กช็อปเพื่อเรียนรู้แนวคิด การขายแบบบริการ (Service selling) และ สร้าง Mindset การบริการเชิงรุก ให้กับทุกแผนก

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

ตารางที่ 39 ข้อเสนอแนะของพนักงานกลุ่มทดลองต่อการปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม
ทั้ง 6 โมดูล ตารางนี้ แสดงข้อเสนอแนะจากพนักงานที่เข้าร่วมโครงการฝึกอบรม โดยสะท้อนถึง
ประเด็นที่ควรปรับปรุง และแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น
กับการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงแรมและความต้องการของพนักงาน

เมื่อได้ข้อเสนอแนะจากพนักงานกลุ่มทดลอง ผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปพิจารณาปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อให้โปรแกรมฝึกอบรมสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในการนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

ตารางที่ 40 ผลการพิจารณาข้อเสนอของพนักงานกลุ่มทดลองในการปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม

โมดูล	ผลการพิจารณาข้อเสนอแนะจากพนักงานกลุ่มทดลอง	
	คงเดิม/ ปรับปรุง	ข้อเสนอแนะ
โมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐาน ด้านการให้บริการ ที่เป็นเลิศสำหรับ ลูกค้าชาวจีน	ปรับปรุง	เพิ่มกิจกรรมกลุ่มย่อยเพื่ออภิปรายกรณีศึกษา และจัดช่วงการโค้ชเฉพาะราย (Individual coaching) ในสถานการณ์จำลอง เพื่อให้เกิดการสะท้อนคิด และเรียนรู้ร่วมกัน
โมดูลที่ 2 ภาษาจีน เพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับคุณภาพ การบริการลูกค้า ชาวจีน	ปรับปรุง	1. จัดทำศัพท์ภาษาจีนพื้นฐานเฉพาะสำหรับ แต่ละแผนก และใช้คัลลิ่ววิดีโอจำลองสถานการณ์ คู่มือพร้อมคำบรรยาย เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น 2. การจัดโปรแกรมการฝึกอบรมในโอกาสต่อไป ให้เพิ่มเวลาในส่วนของการฝึกพูด ออกเสียงคำศัพท์ ภาษาจีนให้มากยิ่งขึ้น 3. จัดทำโปรแกรมการเรียนรู้ภาษาจีนเพิ่มขึ้นในอนาคต เพื่อความต่อเนื่องของพนักงาน
โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยี เพื่อยกระดับ การบริการที่เป็นเลิศ สำหรับลูกค้าชาวจีน	ปรับปรุง	เพิ่มช่วงฝึกทดลองใช้อุปกรณ์จริงมากขึ้น พร้อม มีพี่เลี้ยงให้คำแนะนำรายบุคคล และใช้สถานการณ์ สมมติร่วมกับเทคโนโลยีในการฝึก
โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะ การให้บริการ ที่เป็นเลิศกับลูกค้า ชาวจีน	ปรับปรุง	ออกแบบบทบาทสมมติ (Role play) ที่ใกล้เคียงกับ งานจริงของแต่ละแผนกมากขึ้น และมีแบบฟอร์ม สะท้อนผลหลังการฝึกแต่ละครั้ง

ตารางที่ 40 (ต่อ)

โมดูล	ผลการพิจารณาข้อเสนอแนะจากพนักงานกลุ่มทดลอง	
	คงเดิม/ ปรับปรุง	ข้อเสนอแนะ
โมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหา เป็นความประทับใจ ให้ลูกค้าชาวจีน	ปรับปรุง	ปรับปรุงกรณีศึกษาโดยใช้ข้อมูลปัญหาจริงจากโรงแรม เช่น การร้องเรียนจากลูกค้าจีน และออกแบบแนวทางแก้ไขร่วมกับหัวหน้างาน (ใช้กรณีศึกษาภายในโรงแรมจริงที่เกิดขึ้น เพื่อการระดมการแก้ไขปัญหาให้ตรงจุด มากกว่า การใช้กรณีศึกษาจากด้านนอกเนื่องจากบริบท และข้อจำกัดที่แตกต่างกัน อาจทำให้การแก้ไขปัญหามุ่งตัวอย่างไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นจริง)
โมดูลที่ 6 กลยุทธ์การ ให้บริการเพื่อสร้าง ความประทับใจ สำหรับลูกค้าชาวจีน	ปรับปรุง	1. จัดเวิร์กช็อปเพื่อเรียนรู้แนวคิดการขายแบบบริการ (Service selling) และสร้าง Mindset การบริการเชิงรุกให้กับทุกแผนก 2. สร้างพนักงานทุกคนในโรงแรมให้เป็นตัวแทนการขายได้ทุกตำแหน่งของพนักงานโรงแรม

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

จากตารางที่ 40 นำเสนอแนะผลการพิจารณาข้อเสนอแนะของพนักงานต่อ โปรแกรมฝึกอบรม โดยแสดงรายการของแต่ละโมดูลว่า มีการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะหรือไม่ พร้อมระบุแนวทางการพัฒนาที่ได้รับการตอบรับให้ดำเนินการปรับเปลี่ยนจริง

จากข้อเสนอแนะของพนักงานกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโครงการฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล พบว่า ข้อเสนอแนะส่วนใหญ่มีความเป็นประโยชน์ และสามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในลักษณะ การให้บริการของโรงแรม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของการฝึกอบรม ให้ครอบคลุมทั้งเนื้อหา วิธีการ และผลลัพธ์ของการเรียนรู้ โดยเฉพาะในด้านการเพิ่มกิจกรรมปฏิบัติจริง การออกแบบสื่อเฉพาะแผนก การใช้กรณีศึกษาจริงจากโรงแรม และการปลูกฝังแนวคิดการบริการเชิงรุกให้แก่พนักงานทุกแผนก ดังนั้น การนำข้อเสนอเหล่านี้ไปปรับปรุงหลักสูตรในรอบถัดไป จะช่วยเสริมสร้างความต่อเนื่องของการเรียนรู้ และเพิ่มศักยภาพในการให้บริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการประเมินผลของโปรแกรมฝึกอบรม ระยะที่ 4

เพื่อประเมินศักยภาพของโปรแกรมฝึกอบรมที่ได้รับการปรับปรุงในระยะที่ 4 ในฐานะต้นแบบการยกระดับคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าชาวจีน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากหลากหลายมิติ ทั้งผลการประเมินเชิงปริมาณ (Pre-test/ Post-test) ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบทดสอบปลายเปิด และข้อเสนอแนะจากผู้เข้าอบรม เพื่อสะท้อนความเหมาะสมของโปรแกรมในบริบทการใช้งานจริง ผลการสังเคราะห์ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่เห็นว่า ควรรักษาโครงสร้างของทั้ง 6 โมดูล ไว้ตามเดิม เนื่องจากมีความชัดเจนและสอดคล้องกับการทำงานในโรงแรม แต่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเรื่องการเพิ่มสัดส่วนกิจกรรมการฝึกปฏิบัติ ร้อยละ 70 และการโค้ชรายบุคคล ร้อยละ 20 โดยเฉพาะในบางโมดูล เช่น การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการโน้มน้าวใจ ซึ่งสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมของผู้เรียนอย่างแท้จริง และเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ในด้านผลลัพธ์เชิงปริมาณ พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังอบรม (Post-test) ของพนักงานในทุกแผนกล้วนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะแผนกแม่บ้านและแผนกอาหารและเครื่องดื่มที่มีค่าคะแนนเพิ่มสูงสุด ทั้งนี้ การวิเคราะห์ผลด้วยสถิติ t-test แบบกลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กัน (Paired samples t-test) พบว่า ทุกแผนกมีค่า t มากกว่า 7 และ $p < .05$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงถึงความแตกต่างก่อนและหลังอบรมอย่างชัดเจน

โดยสรุป ข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สนับสนุนว่า หลักสูตรฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล ที่ได้รับการพัฒนา มีความเหมาะสมทั้งในเชิงวิชาการและการนำไปประยุกต์ใช้จริง สามารถใช้เป็นต้นแบบสำหรับการยกระดับคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าชาวจีนในโรงแรมเขตกรุงเทพมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับเป้าหมายของการวิจัยในระยะที่ 4

สรุปท้ายบทที่ 4

บทที่ 4 เป็นนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากการดำเนินการวิจัยทั้ง 4 ระยะตามกระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมพนักงานโรงแรมในการยกระดับคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าชาวจีนในบริบทของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ในระยะที่ 1 เป็นการศึกษาสภาวะการณ์ด้านการฝึกอบรม ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้จัดการแผนก พนักงานผู้ปฏิบัติงาน และลูกค้าชาวจีน รวมทั้งสิ้น 17 คน ที่รวมถึงการวิเคราะห์

บริบทการทำงานจริงของแต่ละแผนก ผลจากการศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม พบว่า พนักงานยังขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม ความคาดหวัง และรูปแบบการบริการที่ลูกค้าชาวจีนต้องการ โดยเฉพาะด้านการสื่อสารภาษาจีน วัฒนธรรม ทักษะการใช้เทคโนโลยี การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการสร้างความประทับใจเชิงรุกของพนักงาน

ระยะที่ 2 นำข้อมูลจากระยะที่ 1 มาวิเคราะห์และออกแบบพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม โดยจัดทำในรูปแบบของ 6 โมดูล ตามลำดับความสำคัญและความจำเป็นของแต่ละแผนก ประกอบด้วยกิจกรรมตามแนวคิด 70: 20: 10 Model โปรแกรมฝึกอบรมได้รับการตรวจสอบความคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ด้วยการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ และนำผลที่ได้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน ประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม ผลที่ได้รับ คือ โปรแกรมฝึกอบรมที่มีคุณภาพ 6 โมดูล

ระยะที่ 3 เป็นการทดลองใช้โปรแกรมกับพนักงานทั้ง 4 แผนก จำนวน 30 คน โดยจัดอบรมตามลำดับโมดูล และเก็บข้อมูลผลการเรียนรู้ก่อนและหลังอบรมด้วยแบบทดสอบ Pre-test และ Post-test ผลการวิเคราะห์ด้วย Paired sample t-test พบว่า พนักงานมีคะแนนหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ทุกโมดูล แสดงให้เห็นว่า โปรแกรมฝึกอบรมสามารถเสริมสร้างทักษะและความรู้ที่จำเป็นสำหรับการให้บริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระยะที่ 4 เป็นการประเมินผลโปรแกรมฝึกอบรมหลังการนำไปใช้จริง โดยใช้เครื่องมือประเมิน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความพึงพอใจของพนักงานต่อโปรแกรม 2) ความเห็นเกี่ยวกับความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมในมุมมองของพนักงาน และ 3) ผลสะท้อนเชิงบวกจากลูกค้าชาวจีน ที่ได้รับบริการจากพนักงานที่ผ่านการอบรมแล้ว ผลการประเมินในด้านแรก พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมฝึกอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างแผนก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.61 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.32 ในด้านที่ 2 พนักงานส่วนใหญ่มองว่า โปรแกรมฝึกอบรมมีความเหมาะสมกับบริบทการทำงาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.49 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.48 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่ 3 เป็นผลการประเมินจากลูกค้าชาวจีนที่ได้รับบริการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการหลังอบรมในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในมารยาท ความสุภาพ การสื่อสาร และความรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในทั้ง 3 ด้าน คือ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.65 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.77

จากผลการประเมินทั้ง 3 ด้านข้างต้น สะท้อนว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้น ไม่เพียงแต่สามารถตอบ โจทย์ด้านการเรียนรู้ของพนักงาน แต่ยังส่งผลจริงต่อคุณภาพการบริการ ที่ลูกค้าชาวจีนได้รับ โดยเฉพาะในมิติของความประทับใจและการตอบสนองความคาดหวัง ของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุป บทที่ 4 แสดงให้เห็นถึงกระบวนการวิเคราะห์ พัฒนา ทดลองใช้ และประเมินผล อย่างเป็นระบบ ตามแนวทางการวิจัยและพัฒนา (Research & development) ที่มุ่งเน้นการใช้ ข้อมูลจริงจากผู้ปฏิบัติงานและลูกค้า เป็นฐานในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่มีความเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของธุรกิจโรงแรม



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 2) พัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 3) ทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร และ 4) ประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) ผ่านกระบวนการ 4 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาศภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม

ระยะที่ 2 ผลการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

ระยะที่ 3 ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม

ระยะที่ 4 ผลการประเมินและปรับปรุงผลโปรแกรมฝึกอบรม

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการทั้ง 4 ระยะ ครบถ้วนเรียบร้อยแล้ว จึงนำเสนอการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ดังรายละเอียดในหัวข้อต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา ผลการวิจัยสามารถให้คำตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้ง 4 ข้อ ดังนี้

ผลการศึกษาศภาพการณ์ด้านการฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์เอกสาร ทฤษฎี และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร หัวหน้าแผนก พนักงาน และลูกค้าชาวจีน จำนวน 17 คน พบว่า โรงแรมยังขาดระบบฝึกอบรมที่ออกแบบ

เฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีนโดยตรง แม้มีการอบรมทั่วไป แต่ยังไม่ตอบโจทย์พฤติกรรม วัฒนธรรม และความคาดหวังของลูกค้ากลุ่มนี้ พนักงานส่วนใหญ่เรียนรู้จากประสบการณ์มากกว่า การฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ ซึ่งสะท้อนแนวคิด 70: 20: 10 Model ที่เน้นสัดส่วนการเรียนรู้ จากการปฏิบัติงานจริง ร้อยละ 70 การแลกเปลี่ยนในที่ทำงาน ร้อยละ 20 และการฝึกอบรม ในชั้นเรียน ร้อยละ 10 โดยหากไม่มีการออกแบบกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 3 ส่วน อย่างเป็นระบบ จะไม่สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้พัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่เชื่อมโยงกับลักษณะ งานจริงและความต้องการของผู้เรียน โดยออกแบบบนพื้นฐานขององค์ประกอบหลัก 10 ด้าน ของโปรแกรมฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ 1) หัวข้อการฝึกอบรม 2) วัตถุประสงค์ 3) เนื้อหา 4) วิธีการดำเนินการ 5) ผู้ฝึกสอน 6) ผู้เข้ารับการอบรม 7) สื่อและอุปกรณ์ 8) ระยะเวลา 9) งบประมาณ และ 10) การประเมินผลและติดตามผล

อีกทั้ง การได้โครงสร้างในการจัดทำโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูลได้แก่ 1) หลักการ พื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน เนื่องจากพนักงานของโรงแรมที่ให้บริการ แก่ลูกค้าในปัจจุบัน ยังมีความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีนไม่ชัดเจนทั้งด้านวัฒนธรรม และพฤติกรรมต่าง ๆ ส่งผลให้การเตรียมการให้บริการได้ไม่ตรงจุดที่ลูกค้าชาวจีนต้องการ ดังนั้น ด้านที่ 1 จึงจำเป็นที่จะต้องปรับพื้นฐานความเข้าใจของพนักงานเกี่ยวกับลูกค้าชาวจีนทั้งหมด ก่อนที่จะเป็นการดำเนินการด้านอื่น ๆ เมื่อการวางพื้นฐานให้พนักงานเข้าใจในทิศทางเดียวกันแล้ว ลำดับต่อไป คือ การไม่เข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการ นั่นคือโมดูลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ เพราะปัญหาหลักใหญ่ของการให้บริการไม่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้า ต้องการ คือ การสื่อสารที่ไม่เข้าใจที่ตรงกัน ด้วยความพิเศษของลูกค้าชาวจีนที่สื่อสารภาษาจีน ได้อย่างเดียว ดังนั้น พนักงานที่ให้บริการจึงจำเป็นต้องสื่อสารให้ได้ด้วยเช่นกัน เพื่อตอบสนอง ความต้องการเบื้องต้นให้กับลูกค้า โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยี ด้วยพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ของนักท่องเที่ยวจีนที่ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การอำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้าและตัวพนักงานเอง การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมที่ใช้กับงานบริการ จึงเป็นส่วนสำคัญ ดังนั้น พนักงานจึงมีความจำเป็นต้องใช้งานได้ และเชี่ยวชาญในแอปพลิเคชันที่ลูกค้าชาวจีนใช้งาน เมื่อความสำคัญทั้ง 3 โมดูล เป็นการสร้างความเชี่ยวชาญให้กับพนักงานแล้ว ดังนั้น ทักษะ ในรายแผนกก็มีส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพราะการบริการที่มี ความแตกต่างกันในแต่ละแผนกก็มีส่วนสำคัญ ดังนั้น โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการ ที่แยกตามแผนกที่ต้องให้บริการที่มีความแตกต่างกันในลักษณะงานที่ให้บริการ แต่เป้าหมาย นำไปสู่จุดเดียวกัน คือ การยกระดับคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศให้กับลูกค้าชาวจีน นำไปสู่

โมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจ ทุกแผนกทุกการบริการที่มีความแตกต่างกัน แต่ย่อมมีปัญหาในการให้บริการแก่ลูกค้า การปรับแก้ไขปัญหาเหล่านั้น เป็นทักษะเฉพาะของแต่ละแผนก ที่จำเป็นต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ และ โมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน เป็นสิ่งสุดท้ายที่จะทำให้ลูกค้าชาวจีนเกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาเป็นลูกค้าของโรงแรม ทั้งหมดนี้ เป็นสิ่งที่ค้นพบจากสถานการณ์ของโรงแรมแห่งนี้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญในระยะที่ 2 เป็นลำดับต่อไป

ผลการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้นำโครงร่างโมดูลจากระยะที่ 1 มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อเสนอแนะจากผู้ปฏิบัติงานจริงในโรงแรม เพื่อออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการเฉพาะของพนักงานที่ให้บริการลูกค้าชาวจีน โปรแกรมที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 6 โมดูล โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมใน 2 ขั้นตอน ได้แก่ การสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ที่เสนอให้เน้นการฝึกปฏิบัติเชิงสถานการณ์จริงมากขึ้น และการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ 8 ท่าน ซึ่งผลการประเมินอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ทั้ง 2 ด้าน ($\bar{X} = 4.66$ และ $\bar{X} = 4.65$)

จากข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ สรุปออกมาเป็นโครงสร้าง 6 โมดูล ได้แก่ 1) หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 2) ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ 3) การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศ 4) การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน 5) การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจ และ 6) กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน ซึ่งแต่ละโมดูลได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับแนวคิด 70: 20: 10 Model โดยเฉพาะการสร้างสถานการณ์จำลองและการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อให้พนักงานพัฒนาได้ทั้งความรู้ ทักษะ และทัศนคติในบริบทการบริการลูกค้าชาวจีน ผลการวิเคราะห์สะท้อนว่า โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมีความครบถ้วนทั้งในด้านเนื้อหา วิธีการฝึกอบรม และความสอดคล้องกับบริบทโรงแรมจริง โดยเฉพาะการออกแบบกิจกรรมในแต่ละโมดูลที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมได้ลงมือปฏิบัติจริง และเชื่อมโยงกับประสบการณ์ในที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด 70: 20: 10 Model ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านงานจริงเป็นหลัก โปรแกรมฝึกอบรมนี้จึงมีความพร้อมที่จะนำไปใช้พัฒนาให้พนักงาน สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปสู่ขั้นตอนการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมกับพนักงานกลุ่มทดลองเป็นลำดับต่อไป

ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพัก ของลูกค้ำชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการนำโปรแกรมฝึกอบรมที่ผ่านการพัฒนาแล้วไปใช้จริงกับพนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร รวม 30 คน จาก 4 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย การอบรมแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงแรกเป็นการวางรากฐานแนวคิดการบริการการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร และเทคโนโลยีสนับสนุนการบริการ ส่วนช่วงที่ 2 มุ่งพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานและกลยุทธ์เฉพาะแผนกผ่านกิจกรรมแบบจำลองสถานการณ์ เช่น ฝึกบทบาทสมมติ (Role play) ฝึกการตอบสนองต่อคำร้องเรียน และการนำเสนอข้อมูลเชิงขายในภาษาจีน พร้อมใช้เครื่องมือเสริม เช่น Line OA และ WeChat เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้ำชาวจีน

ผลการวิเคราะห์การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม พบว่า พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการให้บริการได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในด้านการใช้ภาษาจีนในการต้อนรับ การแสดงออกที่สื่อถึงความเข้าใจในวัฒนธรรม และความมั่นใจในการรับมือกับสถานการณ์เฉพาะด้านที่ซับซ้อนมากขึ้น นอกจากนี้ ยังพบว่า เกิดการเรียนรู้ร่วมระหว่างแผนกอย่างเป็นธรรมชาติ ผ่านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในระหว่างกิจกรรมกลุ่มย่อยและการสาธิต ซึ่งส่งผลให้พนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อการให้บริการกับลูกค้ำชาวจีน และเริ่มปรับใช้เทคนิคต่าง ๆ ที่เรียนรู้ได้อย่างอัตโนมัติในงานจริง โดยเฉพาะในแผนกแม่บ้านและต้อนรับที่มีการโต้ตอบกับลูกค้ำมากที่สุด

ผลการประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพ การบริการในการเข้าพักของลูกค้ำชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ผลการประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรม พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมฝึกอบรมในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการฝึกสถานการณ์จริง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการเรียนรู้วัฒนธรรมการบริการที่เหมาะสมกับลูกค้ำชาวจีน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในงานจริงอย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกัน พนักงานยังมองว่า โปรแกรมฝึกอบรมมีประโยชน์อย่างยิ่งในการเสริมสร้างทักษะและกรอบความคิดที่จำเป็นต่อการให้บริการที่มีคุณภาพสูง โดยเฉพาะในด้านการสื่อสาร การเข้าใจความต้องการของลูกค้ำ และการปรับตัวให้เหมาะกับบริบทของแต่ละแผนก

ด้านลูกค้ำชาวจีนที่เข้าพักในช่วงหลังการฝึกอบรม ให้คะแนนความพึงพอใจต่อการบริการในระดับ “มากที่สุด” เช่นกัน โดยเห็นว่า พนักงานมีความใส่ใจในรายละเอียด มีทัศนคติที่ดีขึ้นต่อผู้เข้าพักชาวจีน และสามารถให้บริการได้อย่างราบรื่นโดยใช้ภาษาจีน หรือสื่อสาร

อย่างเข้าอกเข้าใจมากขึ้น นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริการ เช่น การใช้ระบบแปลภาษา QR Code หรือระบบตอบรับอัตโนมัติ ได้รับคำชื่นชมว่า เพิ่มความสะดวกสบาย และประทับใจในภาพรวมของการเข้าพัก

จากผลการประเมินทั้ง 3 ด้านข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล มีความเหมาะสม และเกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมต่อการยกระดับคุณภาพการบริการของ พนักงานโรงแรมต่อลูกค้าชาวจีน และสามารถสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมในระดับองค์กร โดยเฉพาะในแง่ของการสร้างประสบการณ์บริการที่มีความเข้าใจในวัฒนธรรมผู้รับบริการ

โมเดลต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน (Chinese Service Excellence 6M Model) จากผลการค้นพบเชิงลึก ผู้การออกแบบโมเดลเพื่อยกระดับบริการ อย่างตรงจุด

โมเดลต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน (Chinese Service Excellence 6M Model) คือ ผลลัพธ์ของการวิจัยที่ผสานข้อมูลจากการศึกษาสภาพจริง ในโรงแรม ร่วมกับแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงระบบ เพื่อนำไปสู่การออกแบบโปรแกรม ฝึกอบรมที่ครอบคลุมทั้งมิติทฤษฎี การเรียนรู้ร่วมกัน และการลงมือปฏิบัติจริง โดยมุ่งเป้าหมายระดับ คุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าชาวจีน ผ่าน 6 โมดูล เฉพาะทางที่สะท้อนลักษณะการทำงาน ในโรงแรมอย่างแท้จริง

จากความต้องการจริงสู่โมเดลต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของ ลูกค้าชาวจีน โมเดล (Chinese Service Excellence 6M Model) คือ ผลลัพธ์แห่งการวิจัยที่ผสาน ความเข้าใจเชิงลึกในลักษณะของโรงแรม กับกลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นระบบ ออกแบบขึ้นเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าชาวจีนโดยเฉพาะ ผ่านโมดูลฝึกอบรม 6 ด้าน ที่ครอบคลุมทั้งภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ และการเรียนรู้ร่วมกันอย่างแท้จริง



ภาพที่ 9 โมเดลต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน

(Chinese Service Excellence 6M Model)

โมเดลนี้ ประกอบด้วย 6 โมดูลการเรียนรู้ ที่จัดเรียงตามวงล้อแห่งการพัฒนา (Learning cycle) โดยมีการออกแบบให้เชื่อมโยงกันระหว่างภาคทฤษฎี การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการฝึกปฏิบัติจริง (Transformative learning) เพื่อเปลี่ยนผ่านความรู้สู่พฤติกรรมบริการที่เป็นเลิศ โดยโมเดลแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การปูพื้นฐาน (Foundation phase) เน้นการสร้างรากฐานที่มั่นคง ด้านความเข้าใจวัฒนธรรม ความสามารถด้านภาษา และการใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

โมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน

(Basic service excellence for Chinese guests)

โมดูลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน

(Chinese language for service communication)

โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน

(Technology-enhanced service for Chinese guests)

ระยะที่ 2 การพัฒนาเฉพาะด้านตามแผนก (Specialization phase) มุ่งพัฒนาทักษะเฉพาะทาง ผ่านกรณีศึกษาและการจำลองสถานการณ์จริง

โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน (Service skill excellence

for Chinese guests)

โมเดลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน (Turning complaints into delight)

โมเดลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับการขายสำหรับลูกค้าชาวจีน (Strategic service for impressing chinese guests)

โมเดลต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน (Chinese Service Excellence 6M Model) จึงไม่ใช่เพียงโปรแกรมฝึกอบรม แต่เป็นต้นแบบของระบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรม ที่สามารถต่อยอดสู่ระดับอุตสาหกรรม รองรับความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนในโรงแรมไทยได้อย่างแท้จริง

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการโดยยึดคำถามการวิจัยทั้ง 4 ข้อเป็นแกนกลางในการวิเคราะห์ พร้อมอ้างอิงจากผลการดำเนินงานในระยะที่ 1-4 โดยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี แนวคิดที่สนับสนุนและแนวคิดที่มีมุมมองต่างออกไป เพื่อให้งานวิจัยสามารถมองได้ในหลายมิติ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลของการศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม

เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในระยะที่ 1 ซึ่งประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารหัวหน้าแผนก พนักงาน และลูกค้าชาวจีน รวมถึงการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญที่สะท้อนถึงความไม่สอดคล้องระหว่างศักยภาพของพนักงานกับความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน แม้พนักงานจะมีเจตนาารมณ์ที่ดีในการให้บริการ แต่ยังขาดระบบฝึกอบรมที่เจาะจงต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ขาดทักษะเฉพาะด้าน และขาดการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่ตอบโจทย์สถานการณ์จริงในโรงแรม จึงนำไปสู่การออกแบบโครงสร้างโปรแกรมฝึกอบรม ที่ประกอบด้วย 6 ด้าน ซึ่งมีความเชื่อมโยงกันทั้งในเชิงเนื้อหา กระบวนการ และเป้าหมายในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการให้บริการลูกค้าชาวจีนอย่างมีคุณภาพ

จากการวิเคราะห์เชิงลึก ยังพบประเด็นปัญหา (Pain point) สำคัญหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในมิติต่าง ๆ ได้แก่ 1) พนักงานขาดความเข้าใจในบริบทวัฒนธรรมและความคาดหวังเฉพาะของลูกค้าชาวจีน 2) การสื่อสารระหว่างพนักงานกับลูกค้าชาวจีนยังมีอุปสรรค เนื่องจากขาดทักษะภาษาจีนและการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม 3) พนักงานส่วนใหญ่ไม่มีความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีที่ลูกค้าชาวจีนคุ้นเคย เช่น การชำระเงินผ่านระบบดิจิทัล 4) กระบวนการฝึกอบรมในปัจจุบันไม่ตอบโจทย์ลักษณะงานเฉพาะแผนก เช่น แผนกแม่บ้าน

แผนอาหารและเครื่องดื่ม 5) ขาดทักษะการจัดการกับสถานการณ์ร้องเรียนและการเปลี่ยนปัญหาให้เป็นความประทับใจ และ 6) พนักงานขาดทักษะเชิงกลยุทธ์ในการโน้มน้าวลูกค้า ส่งเสริมการขาย และสร้างความภักดีในระยะยาว ประเด็นปัญหา (Pain point) เหล่านี้ เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมที่ครอบคลุมประเด็นปัญหาอย่างตรงจุด และนำไปสู่การพัฒนาโครงสร้างโมดูลฝึกอบรมทั้ง 6 ด้าน ที่สอดคล้องกับบริบทของโรงแรมและความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าชาวจีน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เริ่มจากโมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน ถูกออกแบบขึ้นจากข้อมูลที่ใช้ให้เห็นว่า พนักงานหลายคนมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ แต่ยังไม่เข้าใจความสำคัญของลูกค้าชาวจีนที่มีต่อโรงแรม รวมถึงวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีนในการบริการ เช่น ความคาดหวังเรื่องความใส่ใจของลูกค้า หรือความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งหากเข้าใจผิด อาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจโดยที่พนักงานผู้ให้บริการอาจไม่รู้ตัว (Zhang & Li, 2021) ดังนั้น โมดูลที่ 1 นี้ จึงเป็นการปูพื้นฐานแนวคิดเรื่องความเป็นเลิศในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน เพื่อให้เข้าใจในความต้องการที่แท้จริง และสร้างพื้นฐานของความเข้าใจให้พนักงานให้มากยิ่งขึ้น ต่อมา โมดูลที่ 2 การสื่อสาร ปัจจัยแรกในการให้การบริการนอกจากความเข้าใจในพฤติกรรมวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีนแล้ว การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกเพื่อให้เข้าใจตรงกันระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ และสนองตอบต่อความต้องการได้ตรงจุด และสิ่งนี้ คือ กระดุมเม็ดแรกในการยกระดับคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าชาวจีนให้กับโรงแรมแห่งนี้ เพราะสิ่งที่ผู้วิจัยได้ค้นพบ คือ ความต้องการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีนของพนักงานนั้นมีมาก แต่ติดปัญหาแค่การสื่อสาร ดังนั้น หากได้รับการพัฒนาด้านนี้ จะเป็นการเปิดประตูการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีนได้อย่างแน่นอน เพราะพนักงานส่วนใหญ่ขาดความสามารถด้านการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า แม้บางคนจะเข้าใจความต้องการของลูกค้า แต่ไม่สามารถสื่อสารให้เกิดความประทับใจได้อย่างทันท่วงที ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของประสบการณ์บริการโดยรวม (An & Tan, 2024) การฝึกฝนการใช้คำพูดสุภาพ การฟังอย่างเข้าใจ และการตอบสนองในสถานการณ์จริง จึงเป็นเป้าหมายหลัก

โมดูลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการ ในโมดูลนี้ สะท้อนจากความคาดหวังของลูกค้าชาวจีนในยุคดิจิทัล ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วผ่านระบบไม่สัมผัส เช่น การจองห้องผ่านมือถือ การใช้ WeChat หรือ Alipay ซึ่งพนักงานหลายคนไม่คุ้นเคย แม้โรงแรมจะมีระบบเหล่านี้อยู่แล้วก็ตาม (Dianawati et al., 2024) จึงต้องมีการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศในแผนกต่าง ๆ โดยจากโมดูลที่ 1-3 ที่ผ่านมา เป็นการปูพื้นฐานสำหรับพนักงานบริการที่ให้บริการโดยตรงกับลูกค้าชาวจีน ในโมดูลที่ 4-6 นี้ จะเป็นการเสริมสร้างทักษะเฉพาะในรายแผนก เพื่อการให้บริการที่เป็นเลิศ และตรงตามวัตถุประสงค์ของแต่ละแผนกงาน เพราะสะท้อนผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า พนักงานหลายคนมีทักษะพื้นฐาน แต่ขาดการฝึกฝนในสถานการณ์เฉพาะ เช่น แผนกต้อนรับการรับมือกับลูกค้าที่ไม่พอใจ แผนกแม่บ้านขาดการให้บริการเสริมเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการเพิ่มความประทับใจ แผนกอาหารและเครื่องดื่มขาดการใส่ใจในรายละเอียดเรื่องอาหาร และการให้บริการที่ต้องใช้การตัดสินใจภายใต้แรงกดดัน เป็นต้น (Chen et al., 2023) ดังนั้น การจัดสถานการณ์จำลอง การฝึกบทบาทสมมติ (Role play) และการประเมินแบบ 360 องศา จึงถูกออกแบบให้เกิดขึ้น ในด้านนี้ ต่อเนื่องไปยัง โมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจ ซึ่งพัฒนาจากข้อค้น พบว่า พนักงานมักหลีกเลี่ยงการเผชิญปัญหา หรือคำร้องเรียนจากลูกค้า ทำให้เสียโอกาสในการสร้างความพึงพอใจเชิงบวก (Su & Chan, 2022) รวมถึงการขัดแย้งกับความเสียหายทางด้านความรู้สึกลูกค้า ดังนั้น โมดูลที่ 5 นี้ จึงเน้นการฝึกวิเคราะห์สถานการณ์ การเลือกใช้ถ้อยคำอย่างมีศิลปะ และการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส และการสร้างความประทับใจแม้อยู่ในสถานการณ์ที่ผิดพลาดของโรงแรมในแต่ละแผนก สุดท้าย คือ โมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรม ซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พนักงานยังขาดทักษะเชิงกลยุทธ์ เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม การใช้เทคนิคโน้มน้าวใจ และการสร้างความภักดีของลูกค้าในระยะยาว ดังนั้น โมดูลที่ 6 จึงมุ่งเน้นการบูรณาการความรู้ ทักษะ และประสบการณ์จากด้านอื่น ๆ ก่อนหน้า เพื่อนำไปสู่การบริการที่เหนือความคาดหมาย และตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (Lai & Lee, 2022) จากการเชื่อมโยงข้อมูลทั้งหมดข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การออกแบบโครงสร้างทั้ง 6 โมดูล มิได้เป็นเพียงการตอบสนองต่อข้อค้นพบในแต่ละประเด็น แต่ยังเป็นการวางแผนพัฒนาแบบองค์รวมของการยกระดับคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าชาวจีน ที่ครอบคลุมทั้งทัศนคติ ทักษะ การสื่อสาร เทคโนโลยี และกลยุทธ์เชิงลึกของการบริการลูกค้าชาวจีนในบริบทโรงแรม เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการพัฒนาโปรแกรมต่อผู้ทรงคุณวุฒิเป็นลำดับต่อไป

ผลการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมในครั้งนี้ ได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยอิงจากการวิเคราะห์สถานการณ์และความต้องการที่แท้จริงของพนักงานในระยะที่ 1 มาสังเคราะห์เป็นแนวทางการออกแบบโปรแกรม และได้นำโปรแกรมเบื้องต้นเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบคุณภาพใน 2 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ 1) การสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อระดมความเห็น

และข้อเสนอแนะเชิงลึก และ 2) การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรมในทางปฏิบัติ ซึ่งผลการประเมินทั้ง 2 ขั้นตอน ล้วนแสดงให้เห็นว่า โปรแกรมมีคุณภาพในระดับสูง และสามารถนำไปใช้ได้จริงในโรงแรม โดยอิงแนวคิด 70: 20: 10 Model ซึ่งแบ่งสัดส่วนการเรียนรู้ จากการปฏิบัติจริงในสถานการณ์จำลอง จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่น และจากการเรียนรู้ภาคทฤษฎี ตามลำดับ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แบบลงรากลึก และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการให้บริการในระยะยาว

จากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดโครงสร้างโปรแกรมออกเป็น 6 โมดูล ได้อย่างมีเหตุผล และครอบคลุมในทุกมิติของการบริการลูกค้าชาวจีน ผลลัพธ์ของการพัฒนาโปรแกรมนี้ จึงได้ถูกสังเคราะห์ออกมาเป็น 6 โมดูล ดังนี้

1. หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน การให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในวัฒนธรรม ความคาดหวัง และพฤติกรรมของลูกค้า ซึ่งหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญ คือ การให้บริการด้วยความเต็มใจ โดยพนักงานต้องแสดงออกถึงความใส่ใจในรายละเอียด เช่น การจดจำความต้องการเฉพาะบุคคล การกระตือรือร้นในการช่วยเหลือ และการให้ความสำคัญกับความรู้สึกของลูกค้า โดยโปรแกรมฝึกอบรมนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนีย์ จันทรพอง (2563) ที่ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรด้านการบริการโรงแรมตามมาตรฐานสากล ซึ่งผลการวิจัย พบว่าการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพควรเน้นการพัฒนาทักษะด้านพื้นฐานด้าน มารยาทในการให้บริการ การสื่อสารอย่างมืออาชีพ และความเข้าใจในวัฒนธรรมของลูกค้า โดยเฉพาะในบริบทของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ลูกค้าชาวจีน ที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมเฉพาะตัว นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภารัตน์ กาญจนคูหา (2561) ที่พบว่า พฤติกรรมบริการของพนักงานโรงแรมที่แสดงออกถึงความสุภาพ ความเคารพ และเข้าใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างมาก โดยเฉพาะในการบริการของโรงแรมในเมืองท่องเที่ยว ด้านงานวิจัยของ Ladhari, Souiden, and Dufour (2017) ผลการศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมายังต่างประเทศ พบว่า ความรู้สึกของการได้รับความเคารพ และการบริการที่ปรับให้เหมาะกับวัฒนธรรมจีน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์โดยรวม และช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจต่อโรงแรมในระดับสากล นอกจากนี้ Tsang and Ap (2007) ที่มีผลการวิจัยยังเน้นย้ำถึงการบริการที่เป็นเลิศว่า เป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในการบริการกับลูกค้าชาวจีน โดยระบุว่า แม้ความสะดวกทางเทคโนโลยีจะช่วยลดช่องว่างในการสื่อสาร แต่สิ่งที่สร้างความผูกพันทางใจ คือ พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความเคารพในวัฒนธรรมและความละเอียดอ่อนของการบริการแบบเอเชีย

2. ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน การสื่อสารคือ หัวใจสำคัญของงานบริการ โดยเฉพาะในบริบทของโรงแรมที่ต้องให้บริการลูกค้าชาวจีน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ไม่พูดสื่อสารภาษาอื่น นอกจากภาษาของตัวเอง จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า พนักงานมีความต้องการอย่างชัดเจนในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีน เพื่อให้สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า และตอบสนองต่อสถานการณ์ในงานบริการได้อย่างมั่นใจและมีประสิทธิภาพ โดยในโมดูลนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริยา ชัยอำนวย (2565) ที่ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรภาษาจีนสำหรับพนักงานโรงแรมในบริบทการท่องเที่ยวเชิงบริการ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า การฝึกอบรมภาษาจีนที่มีประสิทธิภาพ ควรมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสารในสถานการณ์จริงที่เกี่ยวข้องกับงานบริการ ทั้งในด้านคำศัพท์เฉพาะทางการสนทนาในงานโรงแรม และการตอบสนองลูกค้าในสถานการณ์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะเมื่อต้องติดต่อสื่อสารกับลูกค้าชาวจีนที่มีลักษณะเฉพาะด้านภาษาและวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราวรรณ ธัญญเจริญ (2562) ซึ่งศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะภาษาจีนของพนักงานโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต พบว่า พนักงานมีความต้องการฝึกฝนภาษาจีนเฉพาะทางบริการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่พบเจอบ่อย เช่น การต้อนรับ การแจ้งเงื่อนไขการเข้าพัก และการจัดการกับคำร้องเรียนของลูกค้าชาวจีน ซึ่งมีการใช้โครงสร้างประโยคและศัพท์เฉพาะที่แตกต่างจากภาษาอังกฤษ และต้องอาศัยความเข้าใจเชิงวัฒนธรรมควบคู่กันด้วย ขณะเดียวกัน Xu, Wang, and Li (2020) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความต้องการด้านภาษาในอุตสาหกรรมโรงแรมในจีน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนให้คุณค่ากับการที่พนักงานต่างชาติสามารถสื่อสารภาษาจีนได้ แม้เพียงพื้นฐาน เพราะถือว่าการแสดงออกถึงความเคารพและความพยายามในการเข้าใจวัฒนธรรมของพวกเขา ซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกไว้วางใจและความจงรักภักดีต่อโรงแรม นอกจากนี้ งานของ Chen and Gursay (2018) ยังชี้ว่า ความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาแม่ของลูกค้า มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ ความผูกพันทางอารมณ์ และความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น โมดูลนี้ จึงได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมมิติเหล่านี้ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและศักยภาพของพนักงานในการให้บริการอย่างมืออาชีพ และสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าชาวจีนอย่างยั่งยืน

3. การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน ในยุคดิจิทัลเทคโนโลยีได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนคุณภาพของงานบริการ โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมที่ต้องให้บริการแก่ลูกค้าต่างชาติ เช่น ลูกค้าชาวจีน ซึ่งมีความคาดหวังด้านความรวดเร็ว ความแม่นยำ และความสะดวกในการเข้าถึงบริการอย่างชัดเจน การใช้เทคโนโลยี

อย่างมีประสิทธิภาพจึงไม่เพียงช่วยลดอุปสรรคในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มความประทับใจและประสิทธิภาพในการให้บริการได้ในระดับที่สูงขึ้น

แนวทางของโมเดลนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์สุดา เสวตเสรณี และคณะ (2567) ซึ่งได้ศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในโรงแรมยุคใหม่ โดยพบว่า การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม เช่น ระบบ Chatbot แอปพลิเคชันแปลภาษา และระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยเพิ่มทั้งประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่มีการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภโชค พงษ์พานิช และคณะ (2566) ที่ผลการวิจัยสนับสนุนในประเด็นนี้ โดยชี้ว่า ลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 25-40 ปี มีแนวโน้มตอบรับเทคโนโลยีในงานบริการอย่างดียิ่ง โดยเฉพาะการใช้แพลตฟอร์มที่คุ้นเคย เช่น WeChat และ Xiaohongshu ซึ่งสามารถใช้ทั้งในการสื่อสาร โปรโมชัน และการประเมินความพึงพอใจหลังการเข้าพัก ด้านงานวิจัยของ Ivanov and Webster (2019) ระบุว่า เทคโนโลยีอัจฉริยะ เช่น AI, Chatbot และระบบอัตโนมัติ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพบริการ และยังช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่า ได้รับบริการที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น แม้จะมีการใช้ระบบอัตโนมัติเป็นหลักก็ตาม

ดังนั้น โมเดลนี้ จึงเน้นให้พนักงานสามารถ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างเหมาะสม เช่น การใช้แอปแปลภาษาในสถานการณ์จริง การใช้ระบบส่งข้อความอัตโนมัติ การใช้งาน Line OA หรือ WeChat สำหรับการแจ้งข้อมูลไปจนถึงการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อนำไปวิเคราะห์พฤติกรรมและส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง

4. การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน จากการออกแบบและดำเนินการอบรมจริงในโรงแรม พบว่า ความแตกต่างในลักษณะงานของแต่ละแผนก ส่งผลต่อวิธีการเรียนรู้และการตอบสนองของทักษะของพนักงานแต่ละแผนกอย่างชัดเจน เช่น แผนกต้อนรับต้องเผชิญกับสถานการณ์ไม่พึงประสงค์จากลูกค้าโดยตรง ขณะที่แผนกแม่บ้านต้องจัดการกับความเรียบร้อยของห้องพักตามความคาดหวังเฉพาะของลูกค้าชาวจีน โมเดลนี้ จึงได้รับการออกแบบให้เน้นการฝึกอบรมแยกตามลักษณะงาน เพื่อให้สอดคล้องกับบทบาทและความท้าทายของพนักงานในแต่ละแผนกอย่างแท้จริง การฝึกเหล่านี้ ถูกออกแบบในลักษณะจำลองสถานการณ์ พร้อมการประเมินและผลตอบรับจากหัวหน้างานโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Leader-member exchange (LMX) ที่ชี้ว่า หัวหน้างานมีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพบริการของพนักงาน (Liang-Meng, 2025)

ในกระบวนการฝึกอบรมจริง ผู้วิจัยได้ทดลองใช้แอปพลิเคชันฝึกสื่อสารภาษาจีน เสริมควบคู่กับการฝึกภาคสนาม โดยเฉพาะกับพนักงานที่ต้องสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง พบว่า เมื่อมีเครื่องมือสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง พนักงานมีความมั่นใจเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งสนับสนุนผลวิจัยของ สุภาชัย เจริญใจ และศรัณญา ปฏินสิน (2563) ที่พบว่า การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนภาษา สามารถเสริมสร้างการเรียนรู้ที่ยั่งยืนในงานบริการได้ นอกจากนี้ ยังพบว่า ลูกค้าชาวจีน มีความคาดหวังที่แตกต่างจากลูกค้าตะวันตกอย่างเห็นได้ชัด โดยพวกเขามักให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทางกายภาพของบริการ มากกว่าการแสดงออกทางอารมณ์ของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Carreón et al. (2021) ที่ศึกษาพฤติกรรมลูกค้าชาวจีนในประเทศญี่ปุ่น และพบแนวโน้มเดียวกัน การฝึกอบรมในโมดูลนี้ จึงต้องครอบคลุมทั้งการบริการที่สัมผัสได้ และการแสดงออกอย่างให้เกิดใจ เพื่อสร้างความประทับใจในแบบที่ลูกค้าชาวจีนให้คุณค่าของการให้บริการในแต่ละแผนกของโรงแรมดังในโมดูลนี้

5. การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน ในการให้บริการลูกค้าชาวจีน ในโรงแรม ผู้วิจัย พบว่า แม้พนักงานจะมีความตั้งใจดีในการให้บริการก็ตาม แต่หากเกิดเหตุการณ์ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ ย่อมส่งผลกระทบโดยตรงต่อความรู้สึกของลูกค้า และอาจลดทอนความไว้วางใจต่อโรงแรมได้ หากไม่สามารถจัดการปัญหาได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น การตอบสนองต่อปัญหาอย่างมีทักษะ สามารถเปลี่ยนสถานการณ์ลบให้กลับกลายเป็นความประทับใจได้ หากพนักงานมีแนวทางที่ถูกต้องและชัดเจนในการฟื้นฟูความรู้สึกของลูกค้า โมดูลนี้ จึงได้รับการพัฒนา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างทักษะการฟื้นคืนความประทับใจ ความพึงพอใจให้แก่พนักงานในทุกแผนก โดยเฉพาะแผนกที่ต้องเผชิญหน้ากับลูกค้าโดยตรง แนวทางของโมดูลนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนีย์ จันทรพ้อง (2563) ที่ค้นพบว่า การฝึกอบรมด้านการจัดการข้อร้องเรียน เป็นทักษะสำคัญที่ควรถูกสอดแทรกไว้ในหลักสูตรฝึกอบรมพนักงานของโรงแรมอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในยุคที่ลูกค้าคาดหวัง ความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดมากกว่าเพียงคำขอโทษแบบทั่วไป นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ Kim and Mauborgne (2024) ที่ผลการวิจัยพบว่า การนำความผิดพลาดจากการให้บริการมาเป็นจุดเปลี่ยนของการให้บริการที่เป็นเลิศ ที่นำจุดที่ผิดพลาดมาแก้ไขผ่านกระบวนการที่เป็นมืออาชีพ สามารถฟื้นความเชื่อมั่นของลูกค้าให้กลับมาได้ ซึ่งพบว่า เป็นแนวทางที่ได้รับความนิยมอย่างมากในโรงแรมระดับนานาชาติ และในช่วงหลัง Covid-19 งานวิจัยภาคสนามในโรงแรมหลายแห่งในประเทศจีน ยังแสดงให้เห็นว่า โรงแรมที่สามารถตอบสนองต่อข้อร้องเรียนได้อย่างรวดเร็วและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีแนวโน้มได้รับการรีวิวซ้ำในทางบวก สูงกว่าโรงแรมที่ปล่อยให้สถานการณ์ผ่านไปโดยไม่แก้ไข

(Liang-Meng, 2025) ดังนั้น โมดุลนี้ จึงเสริมบทบาท และทักษะด้านการแก้ไขปัญหาของพนักงาน ที่มีหน้าที่ดูแลและให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรง

ดังนั้น โมดุลนี้จึงไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการแก้ไขข้อร้องเรียนจากลูกค้าเท่านั้น แต่ยังมุ่งพัฒนาทักษะการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าที่ได้รับประสบการณ์เชิงลบ เพื่อพลิกสถานการณ์นั้น ให้กลายเป็นช่วงเวลาแห่งความประทับใจ และสร้างความภักดีอย่างยั่งยืน ในกลุ่มลูกค้าชาวจีน

6. กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับการขายสำหรับลูกค้าชาวจีน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์สุดา เสวตเสรณี และคณะ (2567) ที่ได้ศึกษาวิจัยในหัวข้อกลยุทธ์ การใช้เทคโนโลยีและการออกแบบประสบการณ์ เพื่อเสริมศักยภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งผลการวิจัย พบว่า การให้บริการในยุคใหม่ไม่เพียงต้องตอบสนอง ความต้องการพื้นฐานของลูกค้าเท่านั้น แต่ยังต้องออกแบบประสบการณ์การบริการเชิงรุก เพื่อสร้าง ความประทับใจที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อและความภักดีในระยะยาว และการสร้างภาพลักษณ์ อย่างยั่งยืนผ่านการใช้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยเฉพาะการสื่อสารที่สอดคล้องกับพฤติกรรม ของผู้บริโภคชาวจีน เช่น การนำเสนอสินค้า บริการเสริมในเวลาที่เหมาะสม การใช้ภาษาที่ตรงใจ และการเข้าใจความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ Ali, Kim, and Ryu (2021) ยังมีผลงานการวิจัยที่พบว่า การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องอาศัยความเอาใจใส่ ความฉับไว และความสามารถในการสร้างความรู้สึกรักเชิงบวก ณ จุดบริการ เพื่อเป็นสิ่งที่ลูกค้ามองหาและยินดี ที่จะเลือกสถานที่ให้บริการ ขณะเดียวกัน งานวิจัยของ Xu, Wang, and Li (2023) พบว่า การใช้ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีน เช่น ประวัติการเข้าพัก การให้คะแนน หรือรีวิว ในแอปพลิเคชัน มีความเชื่อมโยงกับโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำ หากมีการออกแบบ ประสบการณ์เสริมให้ตรงกับความต้องการ ซึ่งนำไปสู่การฝึกทักษะการให้บริการผ่านเทคโนโลยี ในโมดุลนี้ เช่น การส่งข้อความต้อนรับผ่านแอป หรือการเสนอโปรโมชันรายบุคคลผ่านระบบ จัดการลูกค้าสัมพันธ์

ดังนั้น โมดุลนี้ จึงถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้พนักงานมีแนวคิดเชิงกลยุทธ์ในการบริการ พร้อมทั้งสามารถสร้างความแตกต่างในประสบการณ์ของลูกค้า ด้วยเป้าหมายสูงสุด คือ การเปลี่ยน ลูกค้าชาวจีนจากผู้รับบริการทั่วไป ให้กลายเป็นลูกค้าประจำที่ภักดีต่อแบรนด์ของโรงแรม ในระยะยาว

โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดุลนี้ ผ่านกระบวนการตรวจสอบความถูกต้อง ของการนำเสนอโครงร่างของโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดุล ด้วยการสนทนากลุ่มอิงผู้เชี่ยวชาญ

(Connoisseurship) และนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงแก้ไข และเมื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเสร็จ ได้ดำเนินการส่งโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล ไปยังขั้นตอนสุดท้ายของการพัฒนาโปรแกรม ฝึกอบรม คือ การตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโปรแกรมฝึกอบรม ด้วยการส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ผลการประเมิน พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมด้านความเหมาะสมมากที่สุด จึงสรุปได้ว่า โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล ได้รับการประเมินว่า มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และมีความเป็นไปได้มากที่สุดในการนำไปใช้จริงในโรงแรม ซึ่งโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล ที่ผ่านกระบวนการและขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพและครอบคลุม เรื่องการบริการ เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรม แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยได้ออกแบบอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการวางรากฐานการบริการ ที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน ตามด้วยการเสริมทักษะภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในงานบริการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการให้ทันสมัย จากนั้น จึงเน้นการฝึก ทักษะการบริการเชิงปฏิบัติอย่างมืออาชีพ เพื่อให้พนักงานสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์จริง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมเสริมทักษะในการเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจของลูกค้า และปิดท้ายด้วยการใช้กลยุทธ์การบริการเพื่อสร้างความประทับใจและเพิ่มยอดขายอย่างยั่งยืน ในบริบทของลูกค้าชาวจีน ซึ่งหากลงมือปฏิบัติได้ครบทั้ง 6 โมดูลที่กล่าวมา จะทำให้พนักงาน ในโรงแรมสามารถยกระดับคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรมได้อย่างแน่นอน

ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม

เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร ไปใช้ เพื่อให้การนำโปรแกรมฝึกอบรมไปใช้จริงสามารถตอบโจทย์ การยกระดับคุณภาพการบริการอย่างเป็นรูปธรรม จึงได้ออกแบบและดำเนินการฝึกอบรม ผ่าน 6 โมดูลหลัก ดังนี้

โมดูลที่ 1 หลักการพื้นฐานด้านการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน การดำเนินการฝึกอบรมในโมดูลที่ 1 ของโปรแกรม มีจุดประสงค์หลัก คือ เพื่อวางรากฐานแนวคิด เกี่ยวกับความเป็นเลิศในการบริการ ที่สอดคล้องกับความคาดหวังและพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีน ยุคใหม่ ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ออกแบบเฉพาะมาใช้เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้เชิงลึก เช่น กรณีศึกษา (Case study) ที่จำลองสถานการณ์จริงในการให้บริการลูกค้าชาวจีน เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้ฝึก การวิเคราะห์และตัดสินใจอย่างเป็นระบบ ในการเผชิญปัญหาเฉพาะหน้า อีกทั้ง ยังใช้ บัตรสะท้อนความคิด (Reflection card) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมได้ประเมินตนเอง จากประสบการณ์การบริการที่ผ่านมาว่า มีจุดแข็ง หรือจุดอ่อนใดที่ต้องพัฒนา มีการอภิปรายกลุ่ม

และคู่มือการอภิปราย (Discussion guide) ที่ถูกออกแบบเพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมในการทำวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ร่วมกับเพื่อนร่วมงานจากแผนกต่าง ๆ ผลจากการฝึกอบรมในโมดูลนี้ (Post-test) ผู้เข้าร่วมมีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องทัศนคติและความเข้าใจในพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีน ผู้เข้าร่วมเข้าใจ และสามารถอธิบายความแตกต่างทางวัฒนธรรมได้ชัดเจนขึ้น และมีความตระหนักถึงการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า นอกจากนี้ จากแบบประเมินหลังการอบรม พบว่า คะแนนเฉลี่ยของความมั่นใจในการให้บริการลูกค้าชาวจีนเพิ่มขึ้นจากระดับปานกลาง เป็นระดับมั่นใจมาก โดยเฉพาะในหมวดที่เกี่ยวกับความเข้าใจวัฒนธรรม การแสดงออกด้วยความเคารพ และการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมในการบริการ จากการสังเกตจากพฤติกรรมในสถานการณ์จำลอง ยังแสดงให้เห็นว่า ผู้เข้าร่วมสามารถเชื่อมโยงแนวคิดที่เรียนรู้ไปใช้กับการปฏิบัติงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเลือกคำพูด การยิ้มอย่างเหมาะสม และการแสดงความใส่ใจเชิงรุกต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ แผนกต้อนรับและแผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม แสดงผลการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกอย่างเด่นชัดที่สุด โดยสามารถปรับรูปแบบการให้บริการให้เหมาะกับลูกค้าชาวจีนได้ดีขึ้น และได้รับคำชื่นชมจากลูกค้าจริงภายหลังฝึกอบรม กล่าวโดยสรุป การนำโปรแกรมฝึกอบรมโมดูลที่ 1 ไปใช้อย่างเป็นระบบ ได้ช่วยเปลี่ยนมุมมองและท่าทีของพนักงานให้เข้าใจบริบทวัฒนธรรมจีนอย่างลึกซึ้งมากขึ้น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการบริการที่แสดงออกถึงความเคารพ ความใส่ใจ และความเข้าอกเข้าใจลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยกิจกรรมทั้งหมดในโมดูลนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล จงกลรัตน์ (2565) ซึ่งเน้นการฝึกอบรมที่เชื่อมโยงความเข้าใจเชิงวัฒนธรรมกับทักษะการบริการ โดยพบว่า พนักงานที่เข้าใจค่านิยมของลูกค้าชาวจีน สามารถปรับรูปแบบการให้บริการได้อย่างเหมาะสม และสร้างความพึงพอใจได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานของ ศศิธร บุญประคอง (2563) ที่ระบุว่า การใช้กรณีศึกษาและการสะท้อนตนเองในการฝึกอบรม สามารถเพิ่มความสามารถในการตัดสินใจเชิงจริยธรรม และลดข้อผิดพลาดจากความไม่เข้าใจในพฤติกรรมลูกค้า แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liang (2024) ซึ่งศึกษาประสบการณ์ของพนักงานโรงแรมในประเทศออสเตรเลีย ที่ต้องเผชิญกับเหตุการณ์บริการแบบข้ามวัฒนธรรม ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมของพนักงานสามารถพัฒนาได้หากมีการสะท้อนผล และวิเคราะห์ประสบการณ์จริงหลังสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับโครงสร้างของโมดูลนี้ ที่เน้นการสะท้อนผล และถอดบทเรียนผ่านบัตรสะท้อนความคิด และการอภิปราย นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ Carreón et al. (2021) ที่ค้นพบว่า ลูกค้าชาวจีนให้ความสำคัญกับคุณลักษณะทางกายภาพ

ของโรงแรม เรื่องความสะดวก ความเจ็บสบ และการจัดการที่เป็นระบบในเรื่องการดูแล และการเข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้ามากกว่าเรื่องอื่นใด แต่ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยของ ลัดดาวัลย์ มณีวรรณ (2561) ได้นำเสนอความเห็นที่แตกต่างว่า แม้การใช้กรณีศึกษา และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จะช่วยสร้างแนวคิดได้ดี แต่หากไม่มีการติดตามผลพฤติกรรมในที่ทำงานจริงอย่างต่อเนื่อง ก็อาจไม่สามารถรับประกันการเปลี่ยนแปลง ในพฤติกรรมบริการของพนักงานได้อย่างแท้จริง

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมดูลที่ 1 ถือเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของโปรแกรมที่มุ่งพัฒนาแนวคิดเชิงระบบในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน โดยผสมผสานทั้งมุมมองทางวัฒนธรรม การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ และการพัฒนาทัศนคติของพนักงานให้มุ่งสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นการปูพื้นฐานสำหรับการฝึกอบรมในโปรแกรมฝึกอบรมในโมดูลลำดับต่อไป

โมดูลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน การดำเนินการฝึกอบรมใน โมดูลนี้ มุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะการสื่อสารภาษาจีนให้แก่พนักงาน เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารและให้บริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างมั่นใจและมีประสิทธิภาพ โดยเนื้อหาครอบคลุมคำศัพท์ที่ใช้ในงานบริการ เทคนิคการถาม-ตอบ และสถานการณ์สมมติที่เกิดขึ้นจริงในโรงแรม โดยเฉพาะในแผนกที่ต้องให้บริการกับลูกค้าชาวจีนโดยตรง เช่น แผนกต้อนรับ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการฝึกอบรม ได้แก่ วิดีโอสาธิตสถานการณ์จริงที่แสดงบทสนทนาในภาษาจีน เช่น การเช็คอิน การสั่งอาหาร การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้คำแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และการรับมือกับข้อร้องเรียน เพื่อสร้างความคุ้นเคยในการใช้ภาษาในบริบทงานจริง ผู้เข้าอบรมได้รับแบบฝึกหัดจำลองบทบาท ที่ออกแบบเฉพาะตามแผนกของตนเอง พร้อมการฝึกออกเสียงคำศัพท์สำคัญในแต่ละวันอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างการจดจำและความมั่นใจในการใช้ภาษาจีน นอกจากนี้ ยังมีการฝึกพูดเป็นกลุ่มย่อยโดยมีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาจีนคอยให้คำแนะนำเป็นรายบุคคล

ผลหลังจากการฝึกอบรม (Post-test) ในโมดูลนี้ พบว่า ผู้เข้าอบรมมีพัฒนาการด้านการสื่อสารภาษาจีนอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในความมั่นใจในการพูดและการตอบสนองต่อคำถามจากลูกค้าจีน ผู้เข้าอบรมส่วนใหญ่สามารถใช้ภาษาจีนพื้นฐานในการทักทาย ให้ข้อมูลทั่วไป และอธิบายบริการต่าง ๆ ได้ถูกต้องมากขึ้น จากแบบประเมินหลังการอบรม พบว่า คะแนนเฉลี่ยในหมวดการสื่อสารอย่างมั่นใจ และความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมจีนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แผนกต้อนรับและแผนกอาหารและเครื่องดื่ม มีการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกมากที่สุด โดยเฉพาะในทักษะการสื่อสารในสถานการณ์จริง เช่น การแนะนำเมนูอาหารจีน

เป็นภาษาจีน หรือการกล่าวขอบคุณด้วยภาษาจีนอย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าชาวจีน และทำให้คะแนนความพึงพอใจจากแบบสอบถามลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

แนวทางนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ สุทธิพันธ์ (2562) ที่ศึกษาการใช้ภาษาจีนในงานบริการ โรงแรม พบว่า พนักงานที่ได้รับการฝึกฝนด้านภาษาจีนอย่างเป็นระบบ สามารถสื่อสารได้มั่นใจ และลดความเข้าใจผิดกับลูกค้าได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังมี ภัทราภรณ์ รัศมิโชติ (2562) ซึ่งวิจัยเกี่ยวกับผลของการใช้กิจกรรมจำลองบทบาทในการฝึกอบรมพนักงานโรงแรม พบว่า พนักงานที่ผ่านการอบรมด้วยกิจกรรมดังกล่าว มีระดับความมั่นใจในการสื่อสารกับลูกค้าเพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 87 เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนและหลังการฝึกอบรม โดยเฉพาะในประเด็นการใช้ภาษาที่สุภาพ การควบคุมอารมณ์ขณะให้บริการ และการตอบสนองต่อสถานการณ์เฉพาะหน้า ทั้งนี้ ผู้วิจัยระบุว่า แบบจำลองบทบาท เป็นวิธีการฝึกอบรมที่ช่วยให้พนักงานได้เผชิญกับสถานการณ์ใกล้เคียงของจริง ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย ทำให้สามารถทดลอง ปรับปรุง และพัฒนาแนวทางการตอบสนองได้อย่างเหมาะสม โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบจริงต่อภาพลักษณ์ขององค์กร หรือความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งผลการศึกษาสนับสนุนแนวทางการนำแบบจำลองบทบาทมาใช้เป็นเครื่องมือหลักในการฝึกอบรมพนักงานในงานบริการ โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมที่ต้องเผชิญหน้ากับลูกค้าหลากหลายวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ An and Lin Tan (2024) ที่ศึกษาทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยพบว่า ความสามารถในการใช้ภาษาที่สุภาพ และการเลือกถ้อยคำที่เหมาะสมในจังหวะเวลาที่ต้องการ มีผลต่อระดับความไว้วางใจ และความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมาก งานวิจัยนี้ จึงสนับสนุนการฝึกใช้ภาษาจีนในลักษณะที่มีความเคารพต่อผู้ฟัง ไม่ว่าจะเป็นคำขึ้นต้น การเลือกสรรคำแทนตนเอง หรือการกล่าวขอบคุณอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ Ying (2024) ได้วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนผ่านรีวิวออนไลน์ พบว่า นักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มคิดแบบองค์รวม และมักประเมินคุณภาพการบริการโดยรวมจากทั้งคำพูดของพนักงาน ดังนั้น การสื่อสารภาษาจีนที่ดี จึงต้องครอบคลุมทั้งข้อมูลเชิงเนื้อหา เช่น การให้ข้อมูลห้องพัก หรือสถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลเชิงอารมณ์ หรือการขอบคุณและขอโทษลูกค้าในช่วงที่เกิดความผิดพลาด เพื่อสร้างความรู้สึกดีและภาพลักษณ์ที่สมบูรณ์แบบ

แต่ในทางตรงกันข้าม ยังมีงานวิจัยของ จิราวรรณ เหลืองวิริยะกุล (2561) ชี้ว่า แม้การฝึกอบรมภาษาจีนจะมีประโยชน์ แต่หากเนื้อหาไม่ครอบคลุมภาษาถิ่นหรือสำเนียงเฉพาะ

เช่น ภาษาอังกฤษ หรือ หูหนาน ก็อาจทำให้พนักงานยังไม่สามารถสื่อสารได้เข้าใจลูกค้าทุกกลุ่มอย่างแท้จริง และการเรียนภาษาจีนในระยะสั้นมักไม่เพียงพอ หากไม่มีการฝึกซ้ำอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม โมเดลที่ 2 ถือเป็นการพัฒนาเครื่องมือหลักในการสื่อสารที่สำคัญที่สุดสำหรับพนักงานโรงแรม ในบริบทที่มีลูกค้าชาวจีนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยไม่ได้จำกัดเพียงคำศัพท์ หรือประโยคสำเร็จรูปเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม การเข้าใจอารมณ์ และความคาดหวังของลูกค้าชาวจีนอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการยกระดับคุณภาพบริการอย่างมืออาชีพ

โมเดลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน การดำเนินการฝึกอบรมในโมเดลที่ 3 มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้พนักงานโรงแรมสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีเป็น ตัวกลางที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การบริการที่ราบรื่น รวดเร็ว และตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าชาวจีน ที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 25-40 ปี ที่นิยมใช้โทรศัพท์มือถือในการสื่อสาร การสั่งบริการ และการชำระเงิน กิจกรรมการฝึกอบรมในโมเดลนี้ เน้นการฝึกปฏิบัติจริงผ่านกิจกรรมกลุ่ม เรื่องการใช้แอปพลิเคชันยอดนิยมของลูกค้าชาวจีน เช่น WeChat, Alipay และแอปพริวิโรงแรม เพื่อให้พนักงานเข้าใจมุมมองของลูกค้าในโลกออนไลน์ พร้อมทั้งมีการจำลองสถานการณ์การให้บริการผ่านระบบ Chatbot และระบบจองออนไลน์ รวมถึงการฝึกใช้ระบบ QR Code สำหรับการชำระเงิน หรือการให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ลูกค้า เครื่องมือหลักที่ใช้ในการอบรม เช่น คู่มือการใช้งานเทคโนโลยีที่จัดทำเฉพาะสำหรับแต่ละแผนก สถานที่ฝึกปฏิบัติที่ให้พนักงานได้ทดลองใช้งานจริงในบริบทที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์ในโรงแรม กิจกรรมเทคโนโลยีเชื่อมโยงที่กระตุ้นให้ผู้เข้าอบรมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าอย่างสร้างสรรค์

ผลการดำเนินการฝึกอบรม (Post-test) พบว่า พนักงานสามารถเข้าใจการใช้เทคโนโลยีที่ลูกค้าชาวจีนนิยมได้มากขึ้น มีความมั่นใจในการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัล และสามารถแนะนำหรือช่วยเหลือลูกค้าในการใช้งานแอปต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่าก่อนการเข้ารับการฝึกอบรม โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานต้อนรับและแม่บ้านที่ต้องใช้แอปในการสื่อสารหรือตอบข้อร้องเรียน แนวทางนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณญา ศิริรัตน์ (2565) ที่ศึกษาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในโรงแรม พบว่า การฝึกอบรมให้พนักงานรู้จักแอปพลิเคชันยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจีน ช่วยให้โรงแรมสามารถเพิ่มคะแนนรีวิวและระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ ขณะเดียวกัน ฐาปณีย์ ศรีสวัสดิ์ (2563) ผลการวิจัย พบว่า โรงแรมที่ใช้ QR Code และระบบตอบกลับอัตโนมัติ สามารถลดข้อร้องเรียนจากลูกค้าชาวจีนลงได้ถึงร้อยละ 35 ภายใน 3 เดือน นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ สิริภัทร ลีสมบุญ (2561) ยังระบุว่า การให้ความรู้เรื่อง

ความปลอดภัยไซเบอร์แก่พนักงานควบคู่กับการใช้งานเทคโนโลยี ช่วยป้องกันความผิดพลาดในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Zhang et al. (2023) ที่ศึกษาปัจจัยการใช้แอปชำระเงินของนักท่องเที่ยวจีนในต่างประเทศ โดยพบว่า การที่สถานบริการสามารถรองรับการใช้งาน Alipay และ WeChat Pay ได้อย่างราบรื่นนั้น ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจมากขึ้น และมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับ Li (2022) ที่ผลการวิจัยยังพบว่า การนำระบบดิจิทัล เช่น ระบบจองออนไลน์อัตโนมัติ และ AI Chatbot มาใช้ในอุตสาหกรรมโรงแรม ช่วยยกระดับประสิทธิภาพของลูกค้าขึ้นได้ดียิ่งขึ้น ทั้งในด้านความรวดเร็ว ความแม่นยำ และความสะดวกในการเข้าถึงบริการ อีกทั้ง ยังช่วยลดภาระของพนักงานในการจัดการงานบริการซ้ำ ๆ นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ Lee and Song (2021) ที่ได้ศึกษารูปแบบการให้บริการแบบไร้สัมผัสในอุตสาหกรรมอาหารและโรงแรม โดยเฉพาะการใช้ QR Code สำหรับสั่งอาหารและชำระเงิน พบว่า รูปแบบการให้บริการดังกล่าวได้รับความนิยมในหมู่ลูกค้าชาวจีน และส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านความรวดเร็วในการรับบริการ และความรู้สึกลดภัยต่อข้อมูลส่วนบุคคล

อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีข้อโต้แย้งจากงานวิจัยของ ฌัฐกานต์ มูลเมือง (2562) ที่เสนอว่า การใช้เทคโนโลยีมากเกินไป อาจทำให้ความสัมพันธ์แบบมนุษย์ลดลง และลูกค้าบางกลุ่ม โดยเฉพาะผู้สูงอายุ อาจรู้สึกว่าการบริการขาดความอบอุ่น ขณะที่ พรณี เลิศเกียรติวัฒน์ (2561) ก็ได้ตั้งข้อสังเกตว่า การเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วโดยไม่มีการฝึกอบรมต่อเนื่อง ทำให้พนักงานบางกลุ่มรู้สึกสับสนและต่อต้านการใช้งาน นอกจากนี้ ในงานวิจัยของ จิตรา วงษ์ศิริ (2560) ยังพบว่า โรงแรมที่ลงทุนในระบบเทคโนโลยีแต่ขาดการปรับเปลี่ยนกระบวนการภายในองค์กร กลับไม่สามารถยกระดับคุณภาพบริการได้อย่างแท้จริง

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมดูลที่ 3 ถือเป็นการวางสะพานดิจิทัล ระหว่างพนักงานและลูกค้าชาวจีน โดยการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคจีนยุคใหม่ ช่วยลดช่องว่างในการสื่อสาร เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และสร้างความประทับใจด้วยความรวดเร็วและทันสมัย โดยยังต้องคำนึงถึงการใช้อย่างเหมาะสมกับบริบทของแต่ละแผนกและลูกค้าแต่ละกลุ่มควบคู่กันไป

โมดูลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน การฝึกอบรมในโมดูลที่ 4 มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติ ที่สอดคล้องกับบทบาทของแต่ละแผนกในโรงแรม เพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างมืออาชีพ และตรงตามความคาดหวังทางวัฒนธรรม โดยกิจกรรมในโมดูลนี้ เน้นการสร้างความเข้าใจแบบลึกซึ้ง ผ่านการฝึกจำลองสถานการณ์เฉพาะทาง ฝึกการสังเกตพฤติกรรมลูกค้า และตอบสนองด้วยความแม่นยำและความใส่ใจ

การฝึกอบรมในโมดูลที่ 4 มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติที่สอดคล้องกับบทบาทของแต่ละแผนกในโรงแรม เพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าชาวจีนได้อย่างมืออาชีพ และตรงตามความคาดหวัง โดยกิจกรรมในโมดูลนี้ เน้นการสร้างความเข้าใจเชิงลึกผ่านการจำลองสถานการณ์เฉพาะทาง ฝึกการสังเกตพฤติกรรมลูกค้า และตอบสนองด้วยความแม่นยำ และความใส่ใจ

ผลจากการอบรม (Post-test) ในโมดูลนี้ สะท้อนถึงการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ในด้านทักษะการให้บริการที่สอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับพฤติกรรมก่อนการอบรม พบว่า พนักงานมีความมั่นใจมากขึ้นในการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ซับซ้อน มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ และตอบสนองต่อปฏิสัมพันธ์ของลูกค้าชาวจีนได้อย่างมืออาชีพและให้เกียรติทางวัฒนธรรม การฝึกอบรมแบบจำเพาะแยกตามแผนกได้ผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง แบบประเมินหลังอบรมและผลจากการสังเกตการณ์ พบว่า พนักงานมีความสามารถในการปรับตัวต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมดีขึ้น มีพฤติกรรมบริการที่สื่อถึงความใส่ใจในรายละเอียด ความเป็นมืออาชีพ และความเข้าใจในความแตกต่างของลูกค้าอย่างแท้จริง โดยเฉพาะแผนกที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้าชาวจีน ได้รับคำชื่นชมจากลูกค้าว่า พนักงานสุภาพ ใส่ใจ และเข้าใจวิธีการบริการแบบที่คุ้นเคย ซึ่งไม่พบก่อนการอบรม

กล่าวโดยสรุป โมดูลที่ 4 มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการยกระดับทักษะเชิงพฤติกรรมของพนักงาน ให้ก้าวไปสู่การบริการแบบมืออาชีพที่เข้าใจวัฒนธรรมและตอบสนองลูกค้าชาวจีนได้อย่างลึกซึ้งและมีคุณภาพ แนวทางการฝึกอบรมนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชามญช์ ถัมเจริญ (2564) ซึ่งพบว่า การฝึกแบบแยกตามแผนก ช่วยลดความผิดพลาดในการให้บริการลงได้ถึงร้อยละ 42 และยังเพิ่มระดับความมั่นใจของพนักงานในการเผชิญกับสถานการณ์จริงได้ เพราะการปฏิบัติงานจริงนั้น แต่ละแผนกล้วนมีความแตกต่างกันในรายละเอียด ด้านงานวิจัยของ สุภาวดี รัตนมาลี (2561) พบว่า การแบ่งแยกกลุ่มในการฝึกปฏิบัติ เป็นผลดีในการส่งเสริมการฝึกอบรมแบบจำลองสถานการณ์ ที่จะช่วยให้พนักงานกล้าแสดงออกมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่ไม่ถนัดการพูดต่อหน้าผู้คน สอดคล้องกับแนวทางการฝึกอบรมแบบแยกตามแผนกของ Globibo (2024) ที่ได้ศึกษาวิจัยและค้นพบว่า การจัดอบรมแบบเจาะจงบทบาทในแต่ละแผนก เช่น แผนกต้อนรับและแม่บ้าน ช่วยเพิ่มความชำนาญในงานบริการ และทำให้พนักงานสามารถจัดการกับความคาดหวังของลูกค้าจากหลากหลายวัฒนธรรมได้อย่างมั่นใจและแม่นยำ นอกจากนี้ EHL Insights (2024) ยังค้นพบอีกว่า การฝึกอบรมที่ออกแบบเฉพาะสำหรับแต่ละบทบาทหน้าที่ในโรงแรม มีผลอย่างชัดเจนต่อคุณภาพของการบริการ โดยทำให้พนักงานเกิดความมั่นใจในการทำงาน ลดความผิดพลาด และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้เข้าพัก เพราะการรับรู้งาน

และรายละเอียดในส่วนแผนของตนเอง เป็นการสร้างความเข้าใจในหน้าที่ได้มากยิ่งขึ้น ในทางกลับกัน กัญญากัก วิริยะวัฒน์ (2560) ได้ค้นพบว่า หากพนักงานในโรงแรมเดียวกัน ไม่มีการจัดกิจกรรมข้ามแผนก อาจทำให้พนักงานขาดความเข้าใจร่วมกันระหว่างแผนก ซึ่งอาจส่งผลให้การบริการไม่ราบรื่นและขาดความต่อเนื่อง

ดังนั้น ในโมดูลที่ 4 ถือเป็นหัวใจเชิงปฏิบัติของโปรแกรมฝึกอบรม ที่ไม่เพียงแต่สร้างความเชี่ยวชาญในงานเฉพาะทาง แต่ยังปลูกฝังความเข้าใจในจิตวิทยาวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน เสริมสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน และยกระดับความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์จริง ด้วยความอบอุ่น มีไหวพริบ และสร้างความพึงพอใจในทุกมิติของการเข้าพักร้อย่างแท้จริง

โมดูลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน การฝึกอบรมในโมดูลที่ 5 มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Problem-solving skills) และการรับมือกับอารมณ์ของลูกค้า (Emotional handling techniques) ซึ่งถือเป็นทักษะสำคัญ ในการให้บริการลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ เช่น ความล่าช้า ในการเช็คอิน ความสะอาดที่ไม่เป็นไปตามคาดหวัง หรือการสื่อสารที่คลาดเคลื่อน กิจกรรมการฝึกอบรมในโมดูลนี้ ออกแบบให้เป็นเวิร์กช็อปเชิงสถานการณ์ โดยให้ผู้เข้าอบรมฝึกบทบาท ทั้งในมุมของพนักงานและลูกค้า เพื่อฝึกมุมมองคู่ตรงข้าม และเรียนรู้การใช้เครื่องมือที่ช่วยให้ การรับมือมีประสิทธิภาพ ที่แสดงรูปแบบการพูดเพื่อบรรเทาความโกรธของลูกค้าอย่างนุ่มนวล แบบฝึกการขอโทษ (Apology strategy card) ที่ระบุลำดับการขอโทษที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมจีน ตารางแนวทางการเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส (Service recovery flowchart) ที่ช่วยให้พนักงาน ตัดสินใจเลือกแนวทางตอบสนองที่เหมาะสมและสร้างความประทับใจกลับคืน

ผลการฝึกอบรม (Post-test) พบว่า พนักงานสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้น เข้าใจวิธีการใช้ภาษาที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และสามารถแก้ไขปัญหาโดยไม่กระทบต่อ ภาพลักษณ์ของโรงแรม อีกทั้ง พนักงานยังมีความมั่นใจในการแก้ไขสถานการณ์และสามารถ ปรับเปลี่ยนให้สถานการณ์เหล่านั้นเป็นไปในเชิงบวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวทางนี้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุมลิต ลิมวัฒนกิจ (2565) ที่พบว่า พนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมด้านการขอโทษ เชิงวัฒนธรรม สามารถเปลี่ยนความไม่พอใจของลูกค้าเป็นคะแนนรีวิวเชิงบวกได้สูงขึ้นถึง ร้อยละ 48 ภายใน 2 เดือน เช่นเดียวกับ ชลธิชา เจริมเจริญ (2563) ที่พบว่า เทคนิคการฟังอย่างตั้งใจ (Active listening) และการสะท้อนความรู้สึก (Reflective response) ช่วยให้พนักงานเข้าใจอารมณ์ ของลูกค้าได้แม่นยำขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีนที่มีความคาดหวังสูง ด้านความสุภาพและ การให้เกียรติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Radu et al. (2019) พบว่า การใช้กลยุทธ์การขอโทษ อย่างจริงใจควบคู่กับการแสดงออกถึงความเข้าอกเข้าใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความไม่พอใจ

ของลูกค้า และสร้างความไว้วางใจใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ทีมงานวิจัยของ Frontiers in Psychology (2021) รายงานว่า พนักงานที่มีความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional intelligence) มีความสามารถสูงในการรับรู้และตอบสนองต่ออารมณ์ของลูกค้า ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจหลังการแก้ไขปัญหา อย่างไรก็ตาม ภาณุเดช กาญจนสินธุ์ (2561) ได้เสนอแนะว่า หากไม่มีแนวทางการจัดการข้อร้องเรียนที่เป็นระบบ (Complaint handling: SOP) พนักงานอาจขาดความมั่นใจในการตัดสินใจ และขาดการจัดการกับปัญหาและการชดเชยที่เป็นมาตรฐานเดียวกันของทั้งโรงแรม และส่งผลให้การตอบสนองต่อสถานการณ์ไม่เป็นมืออาชีพ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมดูลที่ 5 ถือเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของกระบวนการฝึกอบรม ซึ่งไม่ได้เน้นเพียงการแก้ไขปัญหาเท่านั้น แต่ยังเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีผ่านการฟัง การขอโทษ และการแสดงความรับผิดชอบอย่างเหมาะสมตามวัฒนธรรมจีน อันเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการที่เป็นเลิศในบริบทโรงแรมระหว่างวัฒนธรรม

โมดูลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับการขายสำหรับลูกค้าชาวจีน โมดูลสุดท้ายของโปรแกรมฝึกอบรมนี้ มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะเชิงกลยุทธ์ของพนักงานในการออกแบบประสบการณ์บริการที่ตอบโต้ทั้งความต้องการ ความรู้สึก และพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะในมิติของการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อและสร้างความภักดีต่อโรงแรมผ่านกิจกรรมหลักอย่าง การทำแผนที่ประสบการณ์ลูกค้า (Customer journey mapping) และ แผนภาพความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation map) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถวิเคราะห์จุดเสียด (Pain point) และจุดวิาว (Delight point) พร้อมระบุจุดขายเชิงอารมณ์ (Emotional selling point) ที่สร้างความประทับใจได้จริงในแต่ละช่วงของการเข้าพัก ผู้เข้าอบรมยังได้ฝึกการออกแบบกลยุทธ์บริการเฉพาะบุคคล (Personalized service strategy) เช่น การจัดมุมขายสินค้าที่ตอบโต้ไลฟ์สไตล์ชาวจีน การทำเซอร์ไพรส์วันเกิดพร้อมของขวัญท้องถิ่น หรือการมอบบัตรต้อนรับ (Welcome card) ที่มีชื่อภาษาจีนของลูกค้า เพื่อให้การบริการมีความเฉพาะเจาะจงและมีความหมายทางอารมณ์ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรม Service storytelling เพื่อฝึกการเล่าเรื่องบริการที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของโรงแรมและวัฒนธรรมจีน

ผลการฝึกอบรม (Post-test) พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจในพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวจีนมากขึ้น และสามารถประยุกต์ใช้เทคนิคการโน้มน้าวใจอย่างสุภาพ และมั่นใจ เช่น การนำเสนอแพ็คเกจพิเศษ หรือการบริการเฉพาะกลุ่ม ซึ่งช่วยส่งเสริมยอดขายและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน แนวทางของโมดูลนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐญา เรืองกิจวิช (2564) ที่พบว่า โรงแรมที่ใช้กลยุทธ์บริการเฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีน สามารถเพิ่มยอดขายและการจองซ้ำได้ถึงร้อยละ 28 ภายใน 6 เดือน ขณะเดียวกัน ศุภนิตา จันทร์พราย (2562)

ก็ได้ทำการวิจัย ผลการวิจัย พบว่า การใช้เครื่องมือแผนที่ประสบการณ์ลูกค้า ช่วยให้พนักงานมองเห็นโอกาสในการสร้างความประทับใจใหม่ ๆ โดยไม่ต้องใช้งบประมาณสูง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ วิจิตร เตชะวงศ์ (2560) พบว่า หากไม่มีการสนับสนุนหลังอบรม เช่น การโค้ชชิ่งอย่างต่อเนื่อง พนักงานอาจรู้สึกว่าการออกแบบบริการเป็นภาระทางความคิด ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน และยังมีงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ สุนทรกุล (2561) ที่ชี้ให้เห็นว่า หากเน้นการบริการเฉพาะกลุ่มมากเกินไป อาจทำให้ลูกค้ากลุ่มอื่นรู้สึกถูกละเลย ดังนั้น การบริหารจัดการความสมดุลจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการบริหารงานโรงแรม เพื่อให้การบริการแก่ลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมไม่ได้มีความรู้สึกว่าการบริการไม่ได้รับการต้อนรับที่เพียงพอ

โดยสรุป โมเดลนี้มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงทักษะการวางแผน การเล่าเรื่อง และการเข้าใจลูกค้าเข้าด้วยกัน เพื่อเปลี่ยนบทบาทของพนักงานจากผู้ให้บริการไปสู่ผู้ออกแบบประสบการณ์ ที่สร้างผลลัพธ์ทั้งในแง่ความพึงพอใจและสามารถต่อยอดด้วยการเพิ่มยอดขายในกลุ่มลูกค้าชาวจีนได้อย่างเป็นรูปธรรม

ผลการประเมินแบบทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรมของพนักงานในแต่ละโมดูล

ทั้ง 6 โมดูล

ผลการประเมินโปรแกรมฝึกอบรมในครั้งนี้จัดขึ้นใน 6 โมดูลหลัก ครอบคลุมพนักงานรอบเช้าใน 4 แผนกสำคัญ ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย โดยการวัดผลผ่านแบบประเมิน Pre-test/ Post-test อย่างเป็นระบบ พบว่า โปรแกรมสามารถยกระดับคุณภาพการบริการได้อย่างมีนัยสำคัญในทุกแผนก ทั้งในด้านทักษะ ความมั่นใจ และความเข้าใจวัฒนธรรมลูกค้าชาวจีน

1. แผนกต้อนรับ (Front office) พนักงานในแผนกต้อนรับมีระดับคะแนนพื้นฐานก่อนการอบรม (Pre-test) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งสะท้อนถึงประสบการณ์และทักษะการให้บริการที่ดีในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผลจากการประเมินหลังการอบรม (Post-test) แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาที่ชัดเจน โดยเฉพาะในมิติของการเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโรงแรม ทั้งในด้านการใช้ภาษาจีนขั้นพื้นฐานในการสื่อสาร การเลือกใช้ท่าทางที่สุภาพ (Body language) และการจัดลำดับการให้บริการตามธรรมเนียมวัฒนธรรมจีน เช่น การยกย่องผู้สูงวัย การหลีกเลี่ยงการปฏิเสธอย่างตรงไปตรงมา และการให้เกียรติแก่ลูกค้าในลักษณะการรักษาหน้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม (Cultural sensitivity) ที่มีผลโดยตรงต่อประสบการณ์การเข้าพักของลูกค้าชาวจีน ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu and Wu (2020) ที่เสนอว่า พนักงานแผนกต้อนรับในโรงแรมควรได้รับการพัฒนาให้มีทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถตอบสนอง

ต่อความคาดหวังและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นย้ำว่า การเข้าใจวัฒนธรรมมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ มากกว่าทักษะด้านเทคนิคเพียงอย่างเดียว ขณะเดียวกัน รูปแบบการฝึกอบรมที่ใช้ในโมดูล มีลักษณะของการเรียนรู้ผ่านสถานการณ์จำลอง (Scenario-based learning) ซึ่งมุ่งเน้นการฝึกฝนผ่านบทบาทสมมติและสถานการณ์จำลองที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์จริงในโรงแรม ทำให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการตอบสนองภายใต้แรงกดดันได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกลิมพล ศรีปัทม์, ชุติมา พิษญานันต์ และกมลวรรณ ไกรทอง (2565) พบว่า การฝึกอบรมรูปแบบดังกล่าว ช่วยเสริมความสามารถในการรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด (Unpredictable situations) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะสำคัญของพนักงานแผนกต้อนรับ

แต่อย่างไรก็ดี มีงานวิจัยของ Wang and Li (2019) ที่ให้มุมมองที่แตกต่างออกไป โดยเสนอว่า การฝึกอบรมด้านภาษาจีนที่เน้นการท่องจำบทสนทนาแบบตายตัว แม้จะช่วยให้พนักงานเริ่มต้นใช้ภาษาได้รวดเร็ว แต่กลับมีข้อจำกัดในด้านความสามารถในการโต้ตอบอย่างเป็นธรรมชาติ ซึ่งอาจส่งผลให้พนักงานไม่สามารถปรับเปลี่ยนบทสนทนาให้เหมาะสมกับบริบทจริงที่แตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยดังกล่าวคือ ควรออกแบบการฝึกอบรมด้านภาษาที่เน้นการปฏิบัติจริง และการโต้ตอบเชิงปฏิบัติ มากกว่าการยึดติดกับบทสนทนาแบบท่องจำ

2. แผนกแม่บ้าน (Housekeeping) พนักงานในแผนกแม่บ้านมีคะแนนเฉลี่ย ก่อนการอบรม (Pre-test) อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับแผนกอื่น อย่างไรก็ตาม ผลจากแบบทดสอบหลังการอบรม (Post-test) แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาทักษะในระดับสูง โดยเฉพาะในมิติของทักษะเชิงปฏิบัติ (Practical skills) ได้แก่ การจัดเตรียมห้องพักตามมาตรฐาน โรงแรม การใช้เครื่องมือและสารทำความสะอาดอย่างถูกวิธี ตลอดจนการทำงานร่วมกับทีม อย่างมีประสิทธิภาพ ผลลัพธ์ดังกล่าว สะท้อนถึงความเหมาะสมของรูปแบบการฝึกอบรมที่มุ่งเน้น การสาธิต (Demonstration) การฝึกปฏิบัติจริงและการเรียนรู้แบบกลุ่ม (Team-based learning) ซึ่งตรงกับลักษณะงานของแผนกแม่บ้านอย่างชัดเจน ผลลัพธ์นี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hidajat and Mansur (2024) ที่ชี้ว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่ผสมผสานระหว่างการสอนภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ เช่น การจำลองสถานการณ์ (Simulation-based training) ที่มีประสิทธิภาพสูง ในการพัฒนาทักษะการทำงานของพนักงานแม่บ้านในโรงแรม ซึ่งมักเรียนรู้ได้ดีจาก ประสบการณ์ตรง มากกว่าการรับฟังบรรยายเพียงอย่างเดียว เช่นเดียวกันกับ อรรถพล ม่วงสวัสดิ์ (2564) ที่ผลการวิจัย พบว่า พนักงานแม่บ้านในโรงแรมมีความต้องการฝึกอบรมในลักษณะเวิร์กชอป (Workshop) ที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง (Learning-by-doing) ร่วมกับการเรียนรู้เป็นกลุ่ม

ซึ่งช่วยเสริมแรงจูงใจ ความรับผิดชอบร่วม และการเรียนรู้ผ่านการสะท้อนผล (Peer feedback) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ งานของ พงศวัฒน์ อเนกจำนงพร และปัทมญา บัลลังก์ (2564) ยังระบุว่า แม่บ้านในโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในกรุงเทพมหานคร มีพื้นฐานการใช้ภาษาอังกฤษอยู่ในระดับพอใช้ถึงดี แต่ยังต้องการพัฒนาทักษะเพิ่มเติมเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะงานเฉพาะ ซึ่งสนับสนุนแนวคิดในการผนวกการเรียนรู้ด้านภาษาต่างประเทศเข้ากับทักษะด้านปฏิบัติ อย่างเป็นระบบ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูลนี้ ช่วยยกระดับทักษะเชิงปฏิบัติของพนักงานแม่บ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีพื้นฐานไม่สูงนัก ผ่านรูปแบบการฝึกแบบสาธิตและการเรียนรู้ร่วมกันที่สอดคล้องกับลักษณะงานจริง

3. แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food & beverage) พนักงานในแผนกอาหารและเครื่องดื่มมีคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรม (Pre Test) อยู่ในระดับค่อนข้างดี ซึ่งสะท้อนถึงประสบการณ์และความคุ้นเคยกับงานบริการอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม ผลการประเมินหลังการอบรม (Post test) พบว่า คะแนนยังคงเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ แม้ผลต่างคะแนนจะไม่โดดเด่นเท่าแผนกอื่น แต่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของโปรแกรมฝึกอบรม ที่สามารถยกระดับทักษะในกลุ่มพนักงานที่มีพื้นฐานดีอยู่แล้วได้อย่างมีนัยสำคัญ ผลการพัฒนานี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Tsui and Chen (2020) ซึ่งชี้ว่า แนวทางการฝึกอบรมแบบการเรียนรู้ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ เป็นวิธีที่สามารถส่งเสริมแรงจูงใจในการเรียนรู้ (Learning satisfaction) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานที่มีประสบการณ์เดิม ซึ่งจะสามารถพัฒนาศักยภาพเพิ่มเติมได้ หากมีการชี้แนะในบริบทสถานการณ์จริง และในทำนองเดียวกัน งานวิจัยของ Edelheim and Ueda (2007) ยังคงสนับสนุนการใช้การฝึกอบรมแบบจำลองสถานการณ์ (Simulation-based training) ว่า สามารถสร้างประสบการณ์เสมือนจริงที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการบริการของพนักงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งรูปแบบดังกล่าว มีส่วนช่วยให้พนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่มสามารถเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์จริงได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น นอกจากนี้ สิริ โพธิ์แก้ว (2566) ได้วิเคราะห์ความต้องการพัฒนาทักษะของพนักงานในธุรกิจบริการยุคหลังโควิด-19 และพบว่า ทักษะที่สำคัญได้แก่ การบริหารจัดการภาวะวิกฤต (Crisis management) การทำงานร่วมกัน (Collaboration) และการปฏิบัติตามหลักสุขอนามัยในที่ทำงาน (Occupational health & safety) โดยเฉพาะในแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการอาหารและความสะอาด ซึ่งจำเป็นต้องมีมาตรฐานสูงอย่างต่อเนื่อง แม้จะผ่านพ้นช่วงการระบาดใหญ่แล้วก็ตาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ถักณา ชูใจ (2565) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพของพนักงานผสมเครื่องดื่มในโรงแรม เสนอว่า บริการที่มีลักษณะเป็นมิตรแบบครอบครัว การสื่อสารเชิงบวก และการควบคุมอารมณ์ เป็นทักษะ

สำคัญที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเชื่อมโยงกับความสามารถในการให้บริการลูกค้าที่มี
ความคาดหวังหลากหลายได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้น แม้พนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่มจะมีพื้นฐานคืออยู่แล้ว แต่ผลการอบรม
ยังแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านความร่วมมือ การจัดการสถานการณ์
และมาตรฐานสุขอนามัยที่สอดคล้องกับสถานการณ์การให้บริการยุคใหม่ การที่พนักงานแผนกอาหาร
และเครื่องดื่มเข้าใจในสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลง จึงทำให้แผนกนี้ สามารถปรับตัวได้ดี
ในการพัฒนาทุกอย่างที่เกิดขึ้น

4. แผนกขาย (Sales department) พนักงานในแผนกขาย มีจำนวนเพียง 3 คน
แต่ผลต่างคะแนนเฉลี่ยระหว่างการทดสอบก่อนอบรม (Pre test) และหลังอบรม (Post test)
อยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในมิติของทักษะการสื่อสารกับลูกค้าชาวจีน
การโน้มน้าวใจ (Persuasion) และความเข้าใจวัฒนธรรมจีน (Cultural context) ซึ่งล้วนเป็น
องค์ประกอบสำคัญในการเจรจาและปิดการขาย รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า
ในบริบทโรงแรม ผลการพัฒนาดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดในงานวิจัยของ Chen and Starosta
(2005) ที่ชี้ว่า ความสามารถด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Intercultural communication
competence) มีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจระหว่างผู้ให้บริการ
กับลูกค้าในบริบทพหุวัฒนธรรม ซึ่งตรงกับลักษณะงานของแผนกขายในโรงแรม ที่ให้บริการ
ลูกค้าชาวจีนโดยตรง นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ Futrell (2012) ที่ค้นพบว่า การฝึกฝน
ด้านการโน้มน้าวใจ (Sales persuasion) และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
(Relationship management) เป็นกุญแจสำคัญในงานขายสมัยใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้า
ที่มีความคาดหวังสูง เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์เฉพาะบุคคล
(Personalized experience) ขณะเดียวกัน โปรแกรมฝึกอบรมที่ใช้บทบาทสมมติ (Role play)
และสถานการณ์จำลอง (Scenario-based training) ยังช่วยพัฒนาความมั่นใจ ทักษะการโต้ตอบ
และการคิดวิเคราะห์สถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ
เฉลิมพล และคณะ (2565) ที่เสนอว่า การฝึกอบรมแบบนี้ ช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัว
และตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดไว้ก็ตาม

ดังนั้น แม้แผนกขายจะมีจำนวนพนักงานไม่มาก แต่ผลการอบรมสะท้อนให้เห็นถึง
พัฒนาการที่ชัดเจนในด้านการสื่อสาร โน้มน้าวใจ และเข้าใจลูกค้า สอดคล้องกับความต้องการ
เฉพาะของงานขายในบริบทข้ามวัฒนธรรม ในการยกระดับคุณภาพการบริการที่มีต่อลูกค้าชาวจีน
ส่งผลให้แผนกนี้ สามารถยกระดับคุณภาพการให้บริการได้อย่างเหมาะสมและตรงจุดตาม
วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผลการประเมินและปรับปรุงโปรแกรมฝึกอบรม

ผลการประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการในการเข้าพักของลูกค้าชาวจีนของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร การประเมินและปรับปรุงผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับประสิทธิภาพของโปรแกรมทั้งในเชิงผลลัพธ์และความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการตามระยะที่ 4 ของกระบวนการวิจัยและพัฒนา ซึ่งเป็นการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมในระยะที่ 3 และนำไปสู่การปรับปรุงโปรแกรม โดยอาศัยเครื่องมือประเมินผลที่หลากหลายทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ แบบประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรม แบบประเมินความพึงพอใจของพนักงาน และแบบประเมินผลกระทบเชิงบวกของลูกค้าชาวจีนที่ได้รับบริการจากพนักงานรอบเช้าที่ผ่านการอบรม โดยแบ่งตามแบบสอบถามได้ 3 ข้อดังผลการประเมิน ดังนี้

1. ผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานหลังเข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม

ผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานรอบเช้าที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม โดยใช้แบบสอบถาม พบว่า พนักงานมีระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูลในระดับสูงมาก สะท้อนถึงความสอดคล้องของรูปแบบการฝึกอบรมกับลักษณะงานจริง และการออกแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าอบรม ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้โดยอิงแนวคิดของ Goldstein and Ford (2002) ซึ่งระบุว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่มีความชัดเจนในวัตถุประสงค์ มีเนื้อหาสอดคล้องกับลักษณะของงาน และจัดกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจและความพึงพอใจของผู้เข้าอบรม โดยเฉพาะในงานบริการที่ต้องอาศัยทักษะและความเข้าใจที่เฉพาะเจาะจง

นอกจากนี้ แนวคิดของ Noe (2024) ยังเสนอว่า ความพึงพอใจของพนักงานในการฝึกอบรมจะเพิ่มขึ้น เมื่อโปรแกรมถูกออกแบบให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง (Transfer of training) ผ่านกิจกรรมฝึกปฏิบัติ เช่น เวิร์กช็อป การจำลองสถานการณ์ และการเรียนรู้จากปัญหาจริงที่เกิดขึ้นในงาน ทั้งนี้ ยังเน้นว่า ความพึงพอใจจะยิ่งสูงขึ้น เมื่อผู้เข้าอบรมรู้สึกว่าการฝึกอบรมส่งเสริมศักยภาพในระยะยาว และได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาในกระบวนการเรียนรู้ ดังนั้น ความพึงพอใจในระดับสูงของพนักงาน จึงเป็นผลลัพธ์ของการออกแบบโปรแกรมที่อิงแนวคิดสำคัญในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง และต่อเนื่องในบริบทการทำงานจริง

ผลการประเมินดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kirkpatrick and Kirkpatrick (2016) ที่เสนอว่า ความพึงพอใจต่อโปรแกรมอบรม ถือเป็นระดับพื้นฐานของการประเมินผลการเรียนรู้

ซึ่งมีผลโดยตรงต่อแรงจูงใจและความตั้งใจที่จะนำไปประยุกต์ใช้ โดยเฉพาะในกรณีที่เนื้อหาและกระบวนการฝึกอบรมมีความเชื่อมโยงกับงานที่ปฏิบัติจริงของงานบริการ ในขณะเดียวกัน Tran and Choi (2020) ก็ได้ค้นพบจากงานวิจัยของตัวเองว่า การฝึกอบรมที่ฝังตัวในงานจริงสามารถเพิ่มทั้งความพึงพอใจและแรงจูงใจของผู้เข้าอบรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการที่มีความซับซ้อนและต้องการความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า และยังมีงานวิจัยในประเทศไทยโดย นราวิทย์ จันทรจันทร อมรเทพ จันทรกานต์ และ มณทิรา พิพัฒนากุล (2565) ผลการวิจัยยืนยันว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่ออกแบบให้มีกรณีศึกษาและสถานการณ์จำลอง ส่งผลเชิงบวกต่อระดับความพึงพอใจของพนักงานโรงแรมในด้านความเข้าใจและการนำไปใช้จริง ขณะที่งานวิจัยของ สุนทรีย์ มณีเวฬุ (2566) ค้นพบว่าความพึงพอใจจะยิ่งเพิ่มขึ้น หากโปรแกรมฝึกอบรมสามารถเชื่อมโยงกับงานที่ปฏิบัติได้จริง และเสริมแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองในระยะยาว

ถึงแม้มีหลายงานวิจัยที่ลงความเห็นสนับสนุนไปในทิศทางเดียวกันเกี่ยวกับความพึงพอใจของพนักงานต่อโปรแกรมฝึกอบรม แต่ก็มีงานวิจัยของ Al-Rubaie and Clarke (2021) ที่พบว่า ความพึงพอใจในช่วงแรกของการฝึกอบรมต่อโปรแกรมฝึกอบรม อาจไม่สะท้อนถึงประสิทธิผลในระยะยาว หากไม่มีการติดตามผล หรือระบบสนับสนุนหลังการอบรมอย่างเหมาะสม ซึ่งอาจส่งผลให้พฤติกรรมการทำงานของพนักงานไม่ได้เปลี่ยนแปลงตามเป้าหมายของการฝึกอบรม

2. ผลการประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรมจากพนักงาน

จากการประเมินความเป็นประโยชน์ของโปรแกรมฝึกอบรมโดยพนักงานที่เข้าร่วมทั้ง 6 โมดูล พบว่า โปรแกรมฝึกอบรมได้รับการยอมรับว่า มีความเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการปฏิบัติงานในโรงแรม โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเข้าใจความต้องการของลูกค้าชาวจีน การประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง และการเข้าถึงเนื้อหาของพนักงานทุกระดับรูปแบบการอบรมที่ใช้เวิร์กชอปและกรณีศึกษา ได้รับการยอมรับว่า เป็นองค์ประกอบที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เชิงลึก และนำไปสู่การพัฒนาทักษะที่สามารถนำไปใช้ได้จริง

ผลการประเมินนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Blanchard and Thacker (2013) ที่ระบุว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจน เนื้อหาครอบคลุม และรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายจะช่วยเพิ่มระดับการเรียนรู้และการนำไปประยุกต์ใช้ของผู้เรียนได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในรูปแบบที่เน้นการมีส่วนร่วม เช่น การฝึกปฏิบัติและกรณีศึกษา ขณะเดียวกัน Gagné et al. (2005) ยังเสนอว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่มีการออกแบบกิจกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจนและให้ผลสะท้อน (Feedback) อย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถวัดผลความก้าวหน้าของตนเอง และรับรู้ถึง

ความเป็นประโยชน์ของเนื้อหาได้อย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม แม้พนักงานจะรับรู้ ว่า โปรแกรม มีประโยชน์สูง แต่เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืน ควรมีระบบสนับสนุนภายหลังการอบรม เช่น การให้เวลาฝึกฝนซ้ำ การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และการออกแบบกิจกรรมเสริมอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงของการหลุดหายของพฤติกรรมที่ดีไปเมื่อเวลาผ่านไป

โดยสรุป โปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูลได้รับการประเมินว่า มีความเป็นประโยชน์สูง ในแง่ของการนำไปใช้ปฏิบัติงานจริง โดยเฉพาะด้านความเข้าใจลูกค้าชาวจีน การฝึกปฏิบัติ ในสถานการณ์จำลอง และการเข้าถึงของพนักงานทุกระดับ แต่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนยังต้องอาศัย การออกแบบที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้นในแต่ละแผนก และระบบสนับสนุนหลังอบรมที่ต่อเนื่อง

3. ผลการประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับบริการ หลังพนักงานรอบเข้าได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูล

จากผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ได้รับบริการจากพนักงานรอบเข้า ซึ่งผ่านการอบรมโปรแกรมทั้ง 6 โมดูล พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านการเกี่ยวข้องกับความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ทักษะการสื่อสาร การจัดการปัญหา และการสร้างความประทับใจตลอดกระบวนการให้บริการ ผลลัพธ์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของโปรแกรมฝึกอบรมในการส่งเสริมพฤติกรรมบริการ ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในมิติของการบริการเชิงรุก ความใส่ใจในรายละเอียด และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น การใช้แอปพลิเคชัน หรือระบบชำระเงินดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการบริโภคของ ลูกค้าชาวจีนในยุคปัจจุบัน แนวโน้มความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang and Lau (2022) ที่ระบุว่า การพัฒนาบุคลากรผ่านโปรแกรมฝึกอบรมที่มีการออกแบบเนื้อหา เฉพาะกลุ่ม สามารถยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ ในบริบทอุตสาหกรรม การบริการ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมบริการเชิงอารมณ์ ความเอาใจใส่ และการปรับตัวตามวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Zhang and Wu (2023) ที่ผลการวิจัย ยังพบว่า ทักษะด้านการสื่อสารและการจัดการสถานการณ์ของพนักงานมีอิทธิพลอย่างสูงต่อ ความภักดีของลูกค้า โดยเฉพาะเมื่อพนักงานสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน เข้าใจความต้องการ ของลูกค้า และแสดงความสามารถในการจัดการสถานการณ์ที่ซับซ้อนได้อย่างมืออาชีพ

ขณะเดียวกัน งานวิจัยของ ชัยวัฒน์ ธรรมศักดิ์ (2566) ก็ได้ค้นพบว่า การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรม การให้บริการที่มีความเข้าใจวัฒนธรรมและความคาดหวังของลูกค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อ ความประทับใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งผลลัพธ์จากการประเมินในครั้งนี้ ก็สอดคล้องกับ

ข้อค้นพบดังกล่าวอย่างชัดเจน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีนในยุคดิจิทัล ที่นิยมบริการแบบไร้สัมผัส และใช้แอปพลิเคชันเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์เข้าพัก แนวโน้มดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยของ Dianawati et al. (2024) ซึ่งศึกษาผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีโรงแรมอัจฉริยะ (Smart hotel technology) ต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดยเก็บข้อมูลจากผู้เข้าพัก จำนวน 332 คน ในโรงแรมที่นำเทคโนโลยีระบบไร้สัมผัสและบริการอัตโนมัติมาใช้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความสามารถของพนักงาน ในการใช้งานเทคโนโลยีเหล่านี้อย่างคล่องแคล่ว มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของลูกค้า ในด้านความสะดวกและความเป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อแบรนด์โรงแรมโดยตรง

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผลประเมินความพึงพอใจของพนักงานจากลูกค้าชาวจีนที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรมจะอยู่ในระดับสูงมาก แต่เพื่อรักษามาตรฐานความพึงพอใจในระยะยาว โรงแรมควรพิจารณาเพิ่มช่องทางรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงรายละเอียดในขั้นตอนการบริการ เพื่อให้ทันต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน

โดยสรุป แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนต่อการให้บริการจากพนักงานรอบเช้าที่ผ่านโปรแกรมการฝึกอบรมทั้ง 6 โมดูลแสดงให้เห็นว่า โปรแกรมฝึกอบรมทั้งหมดสามารถยกระดับคุณภาพบริการของพนักงานรอบเช้าได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในด้านที่ตอบโจทยวัฒนธรรม ความคาดหวัง และพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีนในยุคใหม่ ซึ่งถือเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ตอกย้ำถึงความสำเร็จของการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมในบริบทโรงแรมที่เน้นตลาดจีนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

นักวิชาการสามารถนำโมเดลต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน (Chinese Service Excellence 6M Model) ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเชิงทฤษฎี โดยโมเดลดังกล่าวเกิดจากการสังเคราะห์องค์ความรู้สำคัญ 7 ประการ ได้แก่

1. แนวคิดด้านการฝึกอบรม (Training concepts)
2. การออกแบบและกระบวนการของโปรแกรมฝึกอบรม (Training program design and process)
3. ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder theory)

4. แนวคิดด้านคุณภาพการบริการ (Service quality theory)
5. บริบทของโรงแรมในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
6. พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน
7. แนวทางการวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D)

ซึ่งองค์ความรู้ทั้ง 7 ด้านนี้ ได้ถูกหลอมรวมเข้ากับข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้เชี่ยวชาญและผู้ปฏิบัติงานในโรงแรมที่มีประสบการณ์ตรงในการให้บริการลูกค้าชาวจีน ตั้งแต่ระดับปฏิบัติการจนถึงระดับผู้จัดการ อีกทั้งยังมีกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่เป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบโมเดล 6M ที่พัฒนาขึ้น โดยโมเดล 6M ดังกล่าวประกอบด้วย 6 โมเดลได้แก่

- โมเดลที่ 1 การบริการขั้นพื้นฐานที่ลูกค้าชาวจีนคาดหวัง
- โมเดลที่ 2 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน
- โมเดลที่ 3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน
- โมเดลที่ 4 การฝึกทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศกับลูกค้าชาวจีน
- โมเดลที่ 5 การเปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจให้ลูกค้าชาวจีน
- โมเดลที่ 6 กลยุทธ์การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับการขายสำหรับลูกค้าชาวจีน

ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า โมเดลต้นแบบการพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน (Chinese Service Excellence 6M Model) สามารถเชื่อมโยงทฤษฎีเข้ากับการปฏิบัติในบริบทจริงของโรงแรมระดับ 4 ดาวในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น โมเดลนี้จึงมีคุณค่าในเชิงทฤษฎี (Theoretical value) อย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านการออกแบบและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development: HRD) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาให้ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำโปรแกรมฝึกอบรมไปใช้

1. พัฒนาแผนฝึกอบรมเชิงกลยุทธ์สำหรับภายใน

การดำเนินงานภายในโรงแรม ควรมีการพัฒนาแผนฝึกอบรมเชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมทุกระดับของบุคลากร โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ผู้จัดการโรงแรม ควรสนับสนุนเชิงนโยบายให้การฝึกอบรมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร (Learning culture) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการมอบหมายภารกิจที่เชื่อมโยงกับการให้บริการลูกค้าชาวจีน เช่น การจัดประชุมกับลูกค้า การตั้งเป้าหมายการบริการแบบรายไตรมาส เป็นต้น

1.2 ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรจัดทำแผนพัฒนาสมรรถนะรายบุคคล (IDP: Individual Development Plan) ที่เชื่อมโยงผลการประเมินจากการฝึกอบรมกับแผนการพัฒนา ระยะยาว และมีระบบติดตามผลการนำความรู้ไปใช้จริงหลังการอบรม (Post-training monitoring) หัวหน้าแผนกควรมีบทบาทเป็นผู้นำการเรียนรู้ โดยได้รับการอบรมในรูปแบบการโค้ช เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ในการทำงาน (Coaching for performance) และสร้างความเข้าใจในแนวคิด 70: 20: 10 Model เพื่อให้สามารถสนับสนุนการเรียนรู้ของพนักงานในหน่วยงานตนเอง อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ระดับพนักงานปฏิบัติการ ควรได้รับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ โดยเน้น การฝึกทักษะที่ตรงกับลักษณะงาน (Function-specific training) พร้อมใช้กรณีศึกษาจริงของลูกค้า ชาวจีนในโรงแรมเป็นฐานการเรียนรู้ เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง ได้อย่างมั่นใจ

2. พัฒนาแผนฝึกอบรมเชิงกลยุทธ์สำหรับภายนอก

จากผลการวิจัยที่สะท้อนให้เห็นว่า โปรแกรมฝึกอบรมนี้ มีประสิทธิภาพในการพัฒนา ทักษะการให้บริการที่เหมาะสมกับลูกค้าชาวจีน โรงแรมในกลุ่มต่าง ๆ จึงสามารถนำหลักสูตรนี้ ไปปรับใช้ในลักษณะต่อไปนี้

2.1 โรงแรมในเขตห้วยขวางที่มีลักษณะการมุ่งเน้นดูแลลูกค้าชาวจีน ควรสร้าง เครือข่ายความร่วมมือด้านการฝึกอบรมร่วมกันในระดับพื้นที่ โดยใช้โปรแกรมต้นแบบนี้ เป็นกรอบหลัก แล้วปรับบริบทให้สอดคล้องกับรูปแบบการบริการของแต่ละโรงแรม เช่น การแลกเปลี่ยนวิทยากร หรือการจัดกิจกรรมฝึกอบรมแบบกลุ่มย่อยในระดับชุมชนโรงแรม

2.2 โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครที่มุ่งเน้นการดูแลลูกค้าชาวจีน ควรนำโปรแกรมนี้ ไปประยุกต์ใช้ร่วมกับการสร้างมาตรฐานบริการแบบเฉพาะกลุ่ม (Service standard for Chinese guests) พร้อมทั้งนำผลลัพธ์จากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนในแต่ละโรงแรม มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในระดับเครือข่าย

2.3 โรงแรมในประเทศไทยที่มุ่งเน้นการดูแลลูกค้าชาวจีน ควรใช้โปรแกรม ฝึกอบรมนี้ เป็นต้นแบบในการพัฒนาโมเดลกลาง (National training model) เพื่อส่งเสริม ให้บุคลากรในอุตสาหกรรมบริการของประเทศมีมาตรฐานและแนวทางการพัฒนาที่เป็นระบบ โดยภาครัฐสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Quality tourism) ที่เน้นการบริการแบบเข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากประสบการณ์และผลลัพธ์ของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป เพื่อเพิ่มความหลากหลายและความลึกซึ้งขององค์ความรู้ในประเด็นการพัฒนาทักษะการให้บริการลูกค้าชาวจีน ดังนี้

1. ขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังโรงแรมประเภทอื่น

งานวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังโรงแรมประเภทอื่น เช่น โรงแรมบูติก (Boutique hotels) หรือโรงแรมในต่างจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนสูง อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต หรือพัทยา เพื่อศึกษาว่าโครงสร้างและเนื้อหาของโปรแกรมฝึกอบรมสามารถปรับใช้ได้กับบริบทที่หลากหลายหรือไม่ และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการให้บริการที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าชาวจีนในแต่ละพื้นที่

2. จัดแบ่งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมเพื่อเปรียบเทียบผล

เพื่อให้สามารถสรุปผลถึงประสิทธิภาพของโปรแกรมฝึกอบรมได้อย่างมีความแม่นยำ ควรมีการจัดกลุ่มเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่เข้าร่วมโปรแกรม (กลุ่มทดลอง) และกลุ่มที่ไม่ได้เข้าร่วม (กลุ่มควบคุม) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมและผลการให้บริการหลังจากผ่านกระบวนการฝึกอบรม

3. จัดทำแบบทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรมในทั้ง 2 กลุ่ม

ควรมีการประเมินผลทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมด้วยแบบทดสอบก่อน-หลังการฝึกอบรม (Pre-test/ Post-test) อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถเห็นความแตกต่างของพัฒนาการที่เกิดขึ้นจากการเข้าอบรมได้อย่างชัดเจน และใช้เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ในการยืนยันผลสัมฤทธิ์ของโปรแกรมฝึกอบรม

สรุปท้ายบทที่ 5

การวิจัยครั้งนี้ มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่สามารถยกระดับคุณภาพการให้บริการลูกค้าชาวจีนในโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and development: R & D) ที่ครอบคลุม 4 ระยะ ประกอบด้วย ระยะที่ 1 ผลการศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม ระยะที่ 2 ผลการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม ระยะที่ 3 ผลการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม และระยะที่ 4 ผลการประเมินและปรับปรุงผลโปรแกรมฝึกอบรม โดยมีผลสรุปดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์ด้านการฝึกอบรม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ได้แก่ ผู้จัดการแผนก พนักงานผู้ปฏิบัติงาน และลูกค้าชาวจีน รวมทั้งสิ้น

17 คน พร้อมทั้งวิเคราะห์บริบทการทำงานจริงของแต่ละแผนก พบว่า พนักงานยังขาดองค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อการให้บริการลูกค้าชาวจีน โดยเฉพาะด้านการสื่อสารภาษาจีน ความเข้าใจ วัฒนธรรมจีน การใช้เทคโนโลยีในการบริการ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และกลยุทธ์ในการสร้างความประทับใจเชิงรุก ซึ่งล้วนเป็นประเด็นที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของลูกค้าในภาพรวม

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม จากปัญหาและความต้องการที่ค้นพบ ในระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์และออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมในรูปแบบของ 6 โมดูล ตามลำดับความสำคัญและความจำเป็นของแต่ละแผนก โดยบูรณาการแนวคิด 70: 20: 10 Model เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงเป็นหลัก โปรแกรมฝึกอบรมนี้ได้รับการตรวจสอบ คุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ 5 คนผ่านกระบวนการสนทนากลุ่ม (Connoisseurship) และมีการประเมิน ความเหมาะสมและความเป็นไปได้โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 คน ผลการประเมินยืนยันว่า โปรแกรมมีความครบถ้วน เหมาะสม และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของโรงแรมที่ให้บริการ ลูกค้าชาวจีน

ระยะที่ 3 การทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรม โปรแกรมฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้น ได้ถูกนำไปใช้จริงกับพนักงานโรงแรม จำนวน 30 คน จาก 4 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกครัว โดยมีการเก็บข้อมูลผลการเรียนรู้ ก่อนและหลังการฝึกอบรมด้วยแบบทดสอบ Pre-test และ Post-test ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Paired sample t-test พบว่า พนักงานมีคะแนนหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ครบทั้ง 6 โมดูล สะท้อนถึงประสิทธิผลของโปรแกรมในการพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการให้บริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้อย่างแท้จริง

ระยะที่ 4 การประเมินผลโปรแกรมฝึกอบรม การประเมินผลในระยะสุดท้ายนี้ ครอบคลุม 3 มุมมอง ได้แก่ 1) ความพึงพอใจของพนักงานต่อโปรแกรมฝึกอบรม พบว่า พนักงาน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง 2) ความเห็นของพนักงานเกี่ยวกับความเป็นประโยชน์ของโปรแกรม พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ เห็นว่าโปรแกรมมีความเหมาะสมกับบริบทการทำงานจริง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) ผลสะท้อนจากลูกค้าชาวจีน ที่ได้รับบริการจากพนักงานที่ผ่านการ ฝึกอบรม พบว่า มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านมารยาท ความสุภาพ การสื่อสาร และความรวดเร็ว

ผลการประเมินทั้ง 3 ด้านดังกล่าว ยืนยันว่า โปรแกรมฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นไม่เพียงแต่ สามารถพัฒนาศักยภาพของพนักงานเท่านั้น แต่ยังส่งผลเชิงบวกต่อประสบการณ์ของลูกค้าชาวจีน

อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่า โปรแกรมนี้ เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนคุณภาพ การบริการโรงแรมให้เข้าสู่มาตรฐานสากลที่เข้าใจบริบทวัฒนธรรมของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ผลลัพธ์ที่สำคัญที่สุดของงานวิจัยครั้งนี้ คือการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาทักษะ พนักงานโรงแรมเพื่อการให้บริการลูกค้าชาวจีนอย่างเป็นระบบ ในรูปแบบโมเดลต้นแบบ การพัฒนาการให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้าชาวจีน (Chinese Service Excellence 6M Model) ซึ่งประกอบด้วย 6 องค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1. การปรับกรอบความคิดเพื่อเข้าใจลูกค้า (Mindset) เน้นการปลูกฝังทัศนคติ ที่เข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม และตระหนักรู้ในการให้บริการอย่างมีหัวใจ
2. การสื่อสารภาษาจีนเพื่อการบริการ (Mandarin) เน้นการเรียนรู้ภาษาจีน ในสถานการณ์จริงที่สอดคล้องกับบริบทของแต่ละแผนก
3. การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการบริการ (Modern technology) มุ่งส่งเสริม การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การสแกนคิวอาร์โค้ด การใช้แอปพลิเคชัน หรือเครื่องมืออัจฉริยะ เพื่อสร้างความสะดวกและประทับใจ
4. การพัฒนาทักษะการให้บริการอย่างเชี่ยวชาญ (Mastering service skills) ครอบคลุม การบริการด้วยมารยาท ความใส่ใจ รายละเอียด และความสามารถในการประเมินความต้องการ ของลูกค้า
5. การเปลี่ยนปัญหาให้เป็นโอกาสสร้างความประทับใจ (Moment of recovery) เน้นทักษะการจัดการข้อร้องเรียน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจ แม้เกิดข้อผิดพลาด
6. กลยุทธ์การขายและการสร้างความประทับใจ (Marketing & impression) มุ่งเสริมทักษะการนำเสนอสินค้าและบริการ การอ่านพฤติกรรมลูกค้า และการใช้คำพูด ที่โน้มน้าวใจอย่างเหมาะสมกับวัฒนธรรมจีน

สรุปงานวิจัยนี้ ไม่เพียงสร้างโปรแกรมฝึกอบรมที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบท โรงแรมระดับ 4 ดาว แต่ยังเสนอแนวทางเชิงทฤษฎีในรูปแบบ “โมเดล 6M” ที่สามารถนำไป ขยายผลต่อยอดในวงกว้าง ทั้งในระดับโรงแรมอื่น ๆ ในประเทศไทย รวมถึงในหลักสูตรการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ เพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งยังคงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญในอนาคตของเศรษฐกิจไทย

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2567). ข้อมูลจำนวนโรงแรมในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามเขต ปี 2567. เข้าถึงได้จาก <https://www.dopa.go.th/>
- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2567). รายงานสถิติที่พักโรงแรมในกรุงเทพมหานคร
ปี พ.ศ. 2567. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย.
- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2567). รายงานสถิติโรงแรมและที่พักในเขตห้วยขวาง
ปี พ.ศ. 2567. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). รายงานรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2566.
กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). รายงานสถิติรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ปี 2565-2566. เข้าถึงได้จาก <https://www.mots.go.th/>
- กัญญากัฏ วริยะวัฒน์. (2560). การฝึกอบรมข้ามแผนกและการสร้างความเข้าใจร่วมในธุรกิจ
โรงแรม. วารสารวิชาการการบริการ, 3(2), 45-57.
- กัลย์ชนิต อาญา, อารยา ไพบูลย์ และอริสรา วงศ์ศิริ. (2566). แนวทางการออกแบบหลักสูตร
ฝึกอบรมพนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต. วารสารการจัดการธุรกิจ
และเทคโนโลยีสารสนเทศ, 5(2), 23-34.
- การเงินธนาคารออนไลน์. (2567). นักท่องเที่ยวจีนค้นหาที่พักไทยพุ่งหลังยกเลิกวีซ่า. เข้าถึงได้จาก
<https://www.financebankonline.co.th>
- เกื้อจิตร ชีระกาญจน์, ชาญวิทย์ วงศ์ประเสริฐ และวีระศักดิ์ ทองพันธุ์. (2549). การพัฒนา
ทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกษิฐ์ เกิดโกคา. (2551). จิตบริการในการบริหารงานบริการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทร์ทอง พรหมสุทธี. (2554). แนวทางการพัฒนาการฝึกอบรมในธุรกิจโรงแรมขนาดกลาง.
วารสารบริหารธุรกิจ, 5(1), 45-59.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2550). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวคิดเบื้องต้น. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2553). แนวทางการวิจัยในสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2560). การออกแบบการวิจัยทางสังคมศาสตร์: จากกระบวนการค้น
สู่ระเบียบวิธี. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จำเนียร จวงตระกูล. (2563). การวิจัยเชิงคุณภาพ: การวางแผน การดำเนินการ และการเขียนรายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จำเนียร จวงตระกูล และสรินยา เลิศพุทธรักษ์. (2564). การวิจัยแบบมีส่วนร่วม: แนวคิด หลักการ และการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตรา วงษ์ศิริ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีในโรงแรมระดับ 4 ดาวในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยว*, 8(2), 89-101.
- จิราวรรณ ชาญเจริญ. (2562). ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาจีนของพนักงานโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 16(1), 67-79.
- จิราวรรณ เหลืองวิริยะกุล. (2561). ปัญหาการใช้ภาษาจีนกลางในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจีนในภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารจีนศึกษา*, 15(1), 91-105.
- ฉัตรชนา เพริศพริ้ง. (2566). แนวทางการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาครัฐ. *วารสารการบริหารการศึกษา*, 17(2), 101-114.
- ฉัตรมณี ประทุมทอง และชิษณุพงศ์ ศรีโชตินิศากร. (2565). การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมพนักงานโรงแรม โดยใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ*, 10(2), 61-73.
- เฉลิมพล ศรีปัทม, ชุติมา พิษญานันต์ และกมลวรรณ ไกรทอง. (2565). การฝึกอบรมแบบสถานการณ์จำลองเพื่อพัฒนาทักษะการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉินในแผนกต้อนรับ. *วารสารวิจัยและพัฒนาเชิงคุณภาพ*, 15(1), 88-102.
- ชญานิษฐ์ ไสโรส. (2559). การบริหารคุณภาพการบริการในโรงแรมระดับ 4 ดาว. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชนกต ชาติชำนาญ. (2020). การวิเคราะห์ความต้องการฝึกอบรมพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาวในภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 11(2), 103-118.
- ชลธิชา เขียมเจริญ. (2563). การพัฒนาทักษะการฟังและการสะท้อนความรู้สึกของพนักงานโรงแรมต่อการบริการลูกค้าชาวจีน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชลลดา พิงรำพรรณ และวุฒิพล สกลเกียรติ. (2560). การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา*, 28(1), 55-71.

- ชลลดา มงคลวนิช. (2560). การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านการสื่อสารของพนักงานโรงแรม. *วารสารการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต*, 16(2), 99-110
- ชัชวาล อรวงศ์สุภทัต. (2554). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการยกระดับคุณภาพการบริการ. *วารสารวิทยบริการ*, 22(1), 15-22.
- ชัยวัฒน์ ธรรมศักดิ์. (2566). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรมกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์เชิงพฤติกรรมบริการ. *วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ*, 20(2), 77-90.
- ชาวี มณีศรี. (2548). การจัดการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาลินี เกษรพิกุล. (2555). การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสมรรถนะครูภาษาไทยด้านการสอนคิดวิเคราะห์. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชาลินี เกษรพิกุล. (2555). หลักการฝึกอบรมในองค์กร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูชัย สมิติชัย. (2548). การออกแบบและจัดโปรแกรมฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตโพธิ์หมื่น.
- ชูศรี สุวรรณโชติ. (2542). การจัดการฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชูศรี สุวรรณโชติ. (2542). การออกแบบการฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐาปณีย์ ศรีสวัสดิ์. (2563). การประยุกต์ใช้ QR Code และระบบตอบกลับอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้าเงิน. *วารสารการจัดการ โรงแรม*, 11(1), 45-58.
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. (2561). การวิจัยและสถิติทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกานต์ มูลเมือง. (2562). การรับรู้ของลูกค้าต่อการใช้เทคโนโลยีในโรงแรมและผลต่อความสัมพันธ์เชิงอารมณ์. *วารสารพฤติกรรมผู้บริโภค*, 9(3), 119-134.
- ณัฐญา เรืองกิจวนิช. (2564). กลยุทธ์บริการเฉพาะกลุ่มลูกค้าเงินในธุรกิจโรงแรมเพื่อเพิ่มยอดขายและการจองซ้ำ. *วารสารบริหารธุรกิจโรงแรม*, 10(1), 22-35.
- ณัฐนุช เจียรประดิษฐ์. (2560). บทบาทของเทคโนโลยีในการยกระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณัฐนุช เจียรประดิษฐ์. (2560). เทคโนโลยีกับการยกระดับคุณภาพการบริการ. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 10(2), 30-36.
- ณัฐพล จงกลรัตน์. (2565). การฝึกอบรมเชิงวัฒนธรรมกับการพัฒนาทักษะการบริการในโรงแรม. *วารสารอุตสาหกรรมบริการ*, 14(2), 97-113.
- ณัฐวุฒิ วงศ์เจริญ. (2562). การวิจัยและสถิติสำหรับการศึกษา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ทศพล เกียรติเจริญผล. (2559). การพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมระดับกลาง
ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิชาการ.

ทศพล เกียรติเจริญผล. (2559). มาตรฐานการบริการในธุรกิจโรงแรม. วารสารการจัดการโรงแรม,
5(2), 12-18.

ทัศนีย์ จันทร์ฟ่อง. (2563). การจัดการข้อร้องเรียนเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในโรงแรม. วารสารวิจัย
การบริการและการจัดการ, 3(1), 21-35.

ทัศนีย์ จันทร์ฟ่อง. (2563). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรด้านการบริการโรงแรม
ตามมาตรฐานสากล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 9(1), 45-60.

ทศนา แคมมณี. (2540). รูปแบบการวิจัยและพัฒนา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธงชัย สันติวงษ์. (2531). การฝึกอบรมและพัฒนา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธิดากุล บุญรักษา และพรพรรณ โพธิสุวรรณ. (2564). การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม
เยาวชนมัธยมศึกษาท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านคลองคาง
จังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิจัยราชภัฏนครสวรรค์, 13(1), 45-58.

ธิดากุล บุญรักษา และพรพรรณ โพธิสุวรรณ. (2564). การประเมินผลโปรแกรมฝึกอบรมในองค์กร
เอกชน. วารสารพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, 13(1), 45-57.

ธิดากุล บุญรักษา และพรพรรณ โพธิสุวรรณ. (2564). การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเยาวชน
มัธยมศึกษาท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านคลองคาง จังหวัดนครสวรรค์.
วารสารวิจัยและพัฒนาระบบสุขภาพ, 14(1), 47-60.

นราวิทย์ จันทร์จันทร์, อมรเทพ จันทรกันต์ และมณจิรา พิพัฒนากุล. (2565). ผลของการฝึกอบรม
แบบกรณีศึกษาและสถานการณ์จำลองต่อความพึงพอใจของพนักงานโรงแรม.
วารสารการจัดการธุรกิจ, 9(1), 45-59.

นวลฉวี แสงชัย และพวงศัณธิ์ สีนงาม. (2561). องค์ประกอบและแนวทางการฝึกอบรมเชิงกลยุทธ์
ในหน่วยงานราชการ. วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, 10(2), 55-70.

นาถวุฒิ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. (2565). แนวทางการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรม
บริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 15(2), 78-95.

นารณรี จอมประเสริฐ. (2565). พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

นารณรี จอมประเสริฐ. (2565). แนวทางการพัฒนาธุรกิจโรงแรมขนาดกลางในเขต
เมืองท่องเที่ยวหลัก. วารสารการจัดการการท่องเที่ยวและบริการ, 18(1), 55-68.

- นิรุจน์ สถาพรพิสิฐนา. (2566) การพัฒนาการจัดการเรียนรู้ออนไลน์โดยใช้การเรียนรู้แบบนำตนเองเพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาครู. *วารสารการศึกษาและพัฒนาการเรียนรู้*, 3(2), 135-146.
- นิตยา บุญประเสริฐ. (2554). *เทคนิคการฝึกอบรมภาคปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิรันดร์ จุลทรัพย์. (2547). *การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิรันดร์ จุลทรัพย์. (2547). *หลักการและแนวทางการฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บริษัท ดับเบิล บี มีเดีย จำกัด. (2566). *การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคจีนยุคใหม่ในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: บริษัท ดับเบิล บี มีเดีย จำกัด.
- บริษัท เอสสามสิบเก้าเอเจนซี่. (2566). *รายงานการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน*. กรุงเทพฯ: เอสสามสิบเก้า.
- บัวแก้ว ถาวรบุรณทรัพย์. (2559). *การบริหารงานบริการลูกค้าในอุตสาหกรรมโรงแรม*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- บัวแก้ว ถาวรบุรณทรัพย์. (2559). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในงานบริการ*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีการจัดการ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2550). *แนวทางการบริหารการฝึกอบรมในองค์กร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปริญญ์ ประยูรศักดิ์. (2559). *แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 8(1), 78-89.
- ปริญญ์ ประยูรศักดิ์. (2559). *โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กร. วารสารวิชาการการจัดการ*, 10(2), 55-68.
- เป็รื่อง กิจรัตน์. (2538). *หลักการฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงศวัฒน์ อเนกจันทพร และปพิชญา บัลลังก์. (2564). *ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาและทักษะเชิงปฏิบัติของแม่บ้านโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(3), 77-91.
- พรณี เลิศเกียรติวัฒน์. (2561). *ความท้าทายของการใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมบริการ. วารสารพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*, 7(1), 77-90.
- พัฒนา สุขประเสริฐ. (2541). *การจัดการฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

- พิชามญช์ ถิ่นเจริญ. (2564). การฝึกอบรมแยกตามแผนกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานโรงแรม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิบูลย์ ตัญญบุตร, สมบัติ คชสิทธิ์ และสุภชฌาน ศรีเอี่ยม. (2565). การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเพิ่มสมรรถนะของพนักงานในองค์กรภาครัฐ. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์*, 24(1), 45-60.
- พิมพ์สุดา เสวตเสรณี, ศุภวุฒิ เลิศพัฒนชัย และธัญญาภรณ์ ศรีศักดิ์. (2567). กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความภักดีของลูกค้าเงินในธุรกิจโรงแรม. *วารสารการจัดการธุรกิจ*, 11(1), 1-18.
- พิสิษฐ์ สุวรรณแพทย์ และกตัญ มหามวงษ์ สุวรรณแพทย์. (2561). องค์ประกอบและแนวทางการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาในองค์กรธุรกิจ. *วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*, 11(1), 33-47.
- พิเชษฐ ไพบูลย์ศิริ. (2554). การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ. *Eau Heritage Journal Social Science and Humanities (Online)*, 2(1), 191-199.
- เพ็ชรี รูปวิเศษต์. (2554). การออกแบบและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไพโรท นฤศิริ, ปรีชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา และสญา ชีระวนิชตระกูล. (2564). แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงแรม 4 ดาวเมืองพัทยา. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 17(1), 78-94.
- ไพโรจน์ สติรยากร. (2547). การวางแผนและจัดฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน.
- ภัทรภรณ์ รัศมีโชติ. (2562). ผลของกิจกรรมจำลองบทบาทต่อความมั่นใจในการสื่อสารของพนักงานโรงแรม. *วารสารการฝึกอบรมและพัฒนา*, 11(3), 155-170.
- ภัลลภา โสคติสวัสดิ์. (2564). การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการดูแลและฟื้นฟูผู้ป่วยที่บ้าน โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน. *วารสารการพยาบาลชุมชนและการส่งเสริมสุขภาพ*, 5(1), 25-41.
- ภาณุเดช กาญจนสินธุ์. (2561). การจัดการข้อร้องเรียนในธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาวในประเทศไทย: กรณีศึกษาแนวทางการตอบสนองอย่างมืออาชีพ. *วารสารการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว*, 11(2), 99-114.

ภารดี เทพคายน์. (2562). ความคาดหวังของลูกค้ากับการพัฒนาคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม.

วารสารการบริการและการท่องเที่ยว, 5(1), 8-15.

ภาวิณี ทองเข้ม. (2560). การประเมินคุณภาพการบริการ: เครื่องมือทางการตลาดยุคใหม่.

วารสารบริหารธุรกิจ, 8(1), 5-10.

ภาวิณี ทองเข้ม. (2560). คุณภาพการบริการในงานบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิตย.

มนัสชญาน์ โรมินทร์. (2561). การประเมินและพัฒนาคุณภาพการบริการในธุรกิจบริการสมัยใหม่.

กรุงเทพฯ: ภาควิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

มนัสชญาน์ โรมินทร์. (2561). การวัดผลคุณภาพการบริการในองค์กร. วารสารการบริการธุรกิจ,
9(2), 38-43.

มารุต พัฒนา. (2563). กระบวนการวิจัยและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

มารุต พัฒนา. (2563). การออกแบบและพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมในองค์กร. กรุงเทพฯ:

สถาบันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แห่งประเทศไทย.

ราชกิจจานุเบกษา. (2566). ประกาศกฎกระทรวงว่าด้วยการแบ่งประเภทของ โรงแรม พ.ศ. 2566.

เล่ม 140 ตอนพิเศษ 42 ง (13 กุมภาพันธ์ 2566), 1-5.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2555). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.

ลักขณา ชูใจ. (2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพพนักงานผสมเครื่องดื่มในโรงแรม: การบริการ
แบบครบครันและการสื่อสารเชิงบวก. วารสารการจัดการบริการ, 13(1), 22-36.

ลัดดาวัลย์ มณีวรรณ. (2561). ข้อจำกัดของการฝึกอบรมกรณีศึกษาในภาคบริการ. วารสารวิจัย
พฤติกรรมองค์กร, 5(2), 42-53.

ลัดดาวัลย์ สุนทรกุล. (2561). ผลกระทบของการให้บริการเฉพาะกลุ่มต่อลูกค้ากลุ่มอื่นในโรงแรม
ระดับ 4 ดาว. วารสารธุรกิจและนวัตกรรมการบริการ, 4(1), 40-52.

วรรณกร พรประเสริฐ. (2564). การวิจัยและพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์การรู้เท่าทันดิจิทัล
ของนิสิตนักศึกษาครูในสถาบันอุดมศึกษา. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา, 13(1), 79-98.

วิญญา ศิริรัตน์. (2565). การฝึกอบรมการใช้แอปพลิเคชันสำหรับพนักงานโรงแรมในยุคดิจิทัล.

วารสารการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, 12(2), 27-43.

วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2552). การจัดการวิจัยเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: พีเอ็นบุ๊กส์.

- วิกานดา เกษตรเอี่ยม, กิตติภพ วุฒิไกร และอนุสรณ์ แสงมณี. (2562). การประเมินคุณภาพการบริการในโรงแรมด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. *วารสารการจัดการธุรกิจ*, 12(1), 21-36.
- วิจัยกรุงศรี. (2567). *แนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน).
- วิชาพรณ กิ่งวัชรพงศ์, สมลักษณ์ นุ่มทอง และกิตติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ. (2554). การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะที่สอดคล้องกับมาตรฐานอาชีพและความต้องการของสถานประกอบการ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 7(1), 28-35.
- วิทยา ขนชัยภูมิ และมาเรียม นิลพันธ์. (2565). การจัดการโปรแกรมฝึกอบรมเชิงกลยุทธ์. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 14(2), 95-110.
- วิทยา เบญจมินทร์. (2550). *กระบวนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- วิภารัตน์ กาญจนคูหะ. (2561). พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน. *วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 41(3), 23-38.
- วิมลรัตน์ หงส์ทอง. (2555). *พฤติกรรมของผู้ให้บริการกับคุณภาพบริการ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชร, วรรณิศา แซ่ตั้ง และวินัย จันทรพันธ์. (2566). การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมการเสริมสร้างทักษะด้านการให้การศึกษาสำหรับครูประจำชั้นระดับประถมศึกษา. *วารสารวิจัยทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 28(1), 45-64.
- ศศิธร บุญประคอง. (2563). การฝึกอบรมโดยใช้กรณีศึกษาและผลต่อการตัดสินใจเชิงจริยธรรม. *วารสารจริยธรรมธุรกิจ*, 6(1), 21-38.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2559). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริลักษณ์ สุทธานันท์. (2562). การพัฒนาทักษะภาษาจีนของพนักงานโรงแรมเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 13(1), 83-100.
- ศุภโชค พงษ์พานิช, วิวัฒน์ อภิวัตกุล และณัฐวัฒน์ กาญจนกิจ. (2566). การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับการรับรู้คุณภาพบริการโรงแรม. *วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการท้องถิ่น*, 8(2), 34-49.
- สงัด อุทรานันท์. (2532). *การฝึกอบรมในองค์กรสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สัจด์ อุทรานันท์. (2532). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมคิด บางโม. (2554). *แนวทางการฝึกอบรมภาคปฏิบัติในองค์กรภาครัฐ*. กรุงเทพฯ: ราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมาคมโรงแรมไทย. (2566). *รายงานสถิติโรงแรมและแนวโน้มการท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2566*. กรุงเทพฯ: สมาคมโรงแรมไทย.
- สมาคมโรงแรมไทย. (2567). *มาตรฐานการจัดระดับดาวของโรงแรมในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สมาคมโรงแรมไทย.
- สยาม ชูกร. (2559). การจัดการคุณภาพบริการในโรงแรม. *วารสารเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*, 3(2), 20-26.
- สวัสดิ์ จงกล. (2529). *หลักการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สายสุนีย์ กลางประพันธ์. (2558). *การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมผู้นำนักเรียนส่งเสริมสุขภาพในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานวัตกรรมการบริการการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- เสาวภา ปัญจจริยะกุล. (2562). *สื่อการฝึกอบรมและเทคนิคการจัดกิจกรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักข่าวไทยพีบีเอส. (2567). *ห้วยขวาง: ทำเลทองของการท่องเที่ยวจีนในกรุงเทพฯ*. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaipbs.or.th/>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *รายงานสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว ปี 2566*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *รายงานภาวะสังคมไตรมาสแรก ปี 2567*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยงไฮ้. (2567). *รายงานแนวโน้มอาหารไทยในตลาดผู้บริโภคจีน*. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2566). *บทบาทของนักท่องเที่ยวจีนในภาคบริการไทย*. กรุงเทพฯ: ทีเส็บ (TCEB).
- สำนักงานเขตห้วยขวาง. (2567). *รายงานข้อมูลประชากรและที่อยู่อาศัยเขตห้วยขวาง ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2567*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเขตห้วยขวาง.
- สิทธิชัย บำเพ็ญเพียร. (2557). *มาตรฐานการบริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม*. กรุงเทพฯ: เทียนวรรณ.

- ลัทธิชัย บำเพ็ญเพียร. (2557). *มาตรฐานการบริการในองค์กร*. กรุงเทพฯ: หนึ่ง.
- ลิริ โพธิ์แก้ว. (2566). ความต้องการทักษะของพนักงานในธุรกิจบริการหลังยุคโควิด-19. *วารสารเศรษฐศาสตร์และการจัดการ*, 9(1), 33-47.
- ลรินชา ชัยอำนาจ. (2565). การพัฒนาหลักสูตรภาษาจีนสำหรับพนักงานโรงแรมในบริบทการท่องเที่ยวเชิงบริการ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 11(2), 95-110.
- ลิริภัทร ลิมสมบูรณ์. (2561). ความสำคัญของการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยไซเบอร์ในโรงแรม. *วารสารความปลอดภัยสารสนเทศ*, 5(2), 33-48.
- สุชีรา มะหิเมือง. (2563). การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างความเป็นมืออาชีพของครูมือใหม่: ระยะเวลา. *วารสารวิจัยทางการศึกษา*, 15(2), 45-59.
- สุนทร สุวรรณมาศ. (2563). *แนวทางการวิจัยและพัฒนาในงานวิชาการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนทรีย์ มณีเวฬุ. (2566). ความพึงพอใจของพนักงานต่อโปรแกรมฝึกอบรมที่เน้นการเชื่อมโยงกับงานจริง. *วารสารพัฒนาศาสตร์มนุษยศาสตร์*, 11(2), 101-114.
- สุนิสา พรหมสาขา ณ สกลนคร, ชนวรรณ กุลไพศาล และชนเดช นิ่มเจริญ. (2561). กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม. *วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*, 25(1), 43-54.
- สุภาชัย เจริญใจ และศรัณญา ปฏินสิน. (2563). เทคโนโลยีเพื่อการฝึกอบรมภาษาจีนในงานบริการโรงแรม. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีและนวัตกรรมศึกษา*, 5(2), 55-70.
- สุภาพร พิศาลบุตร และขยยุทธ เกษสาคร. (2544). *การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- สุภาพร พิศาลบุตร และขยยุทธ เกษสาคร. (2546). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี รัตนมาลี. (2561). การฝึกอบรมแบบจำลองสถานการณ์กับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม. *วารสารอุตสาหกรรมบริการ*, 7(2), 33-47.
- สุมาลี ลีวัฒนกิจ. (2565). ผลของการอบรมการขอโทษเชิงวัฒนธรรมต่อความพึงพอใจของลูกค้าโรงแรม. *วารสารวิจัยการจัดการและพัฒนา*, 9(2), 55-66.
- องอาจ นัยพัฒน์. (2554). *การวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อนรรักษ์ โชติฉิลก, พรพรรณ วรเศรษฐการ และสมชาย เครือวัลย์. (2560). การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมประเมินผลการศึกษาศึกษาสำหรับกองทัพอากาศ (RTAF-EEP). *วารสารวิชาการทหารอากาศ*, 13(1), 73-90.
- อมรรัตน์ บุญภา. (2557). *การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถพล ม่วงสวัสดิ์. (2564). การพัฒนาหลักสูตรเวิร์กช็อปเพื่อยกระดับทักษะของพนักงานแม่บ้านในโรงแรม. *วารสารการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*, 7(2), 45-60.
- อรอนงค์ อินทรประเสริฐ. (2564). กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุค New Normal. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 16(4), 629-638.
- Agarwal, S., & Wu, L. (2021). Factors influencing Chinese tourists' hotel choices: The role of brand image and online reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(4), 421-437.
- Al-Rubaie, M., & Clarke, N. (2021). Training satisfaction and long-term effectiveness: The role of post-training support. *European Journal of Training and Development*, 45(6), 553-568.
- Carreón, A. D. I., Murillo, G., & Yoshida, M. (2021). Cultural service preferences of Chinese tourists in Japanese hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 354-370.
- Carreón, A. J. R., Castillo-Villar, F. R., & González-Cancel, D. (2021). Chinese customers' hotel preferences: A study on physical attributes and cultural expectations. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(3), 345-362.
- Ali, F., Kim, W. G., & Ryu, K. (2021). The role of service personalisation in enhancing customer satisfaction in the hotel industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(3), 291-309.
- Alrawashdeh, T., Sahin, F., & Turgut, S. (2012). Facilitating conditions in training transfer: A study of employee perspectives. *International Journal of Training and Development*, 16(4), 310-325.
- An, L., & Lin Tan, K. (2024). Enhancing intercultural communication skills among hospitality workers serving Chinese tourists. *Journal of Tourism and Intercultural Studies*, 12(1), 21-36.

- An, L., & Tan, K. L. (2024). Enhancing intercultural communication skills among hospitality workers serving Chinese tourists. *Journal of Tourism and Intercultural Studies*, 12(1), 21-36.
- Armstrong, M. (2021). *Armstrong's handbook of learning and development*. London: Kogan Page.
- Baldwin, T. T., & Ford, J. K. (1988). Transfer of training: A review and directions for future research. *Personnel Psychology*, 41(1), 63-105.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Berry, L. L. (1995). Relationship marketing of services-growing interest, emerging perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 236-245.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing services: Competing through quality*. New York: Free Press.
- Biech, E. (2005). *Training for Dummies*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
- Blanchard, P. N., & Thacker, J. W. (2013). *Effective training: Systems, strategies, and practices*. Boston, MA: Pearson.
- Branch, R. M. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach*. New York: Springer.
- Brinkerhoff, R. O. (2006). *Telling training's story: Evaluation made simple, credible, and effective*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Broadwell, M. M. (2006). *The supervisor and on-the-job training*. New York, NY: American Management Association.
- Brookfield, S. D. (1990). The skillful teacher: On technique, trust, and responsiveness in the classroom. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Burke, L. A., & Salas, E. (2018). *Improving training effectiveness in work organizations*. New York: Psychology.
- Carroll, A. B. (1993). *Business and society: Ethics and stakeholder management*. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.

- Cates, W. M. (1985). *A practical guide to educational research*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Chan, H., & Li, Y. (2020). Travel motivations of Chinese millennial tourists: A generational perspective. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100658.
- Charoenarnpornwattana, P. (2021). Essential components of training program development in Thai hotel business: A content analysis approach. *Journal of Hospitality Management Studies*, 12(2), 43-60.
- Charoenarnpornwattana, P. (2022). Designing training programs to enhance employee competency in Thai hotels. *Journal of Human Capital Development*, 14(2), 150-160.
- Charoenarnpornwattana, P. (2022). Evaluation techniques for effective hospitality training programs. *Journal of HRD and Hospitality*, 9(2), 44-59.
- Charoenarnpornwattana, P. (2022). Hotel training management in Thailand: A framework for sustainable Service quality. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 46(3), 321-338.
- Charoenarnpornwattana, P. (2022). *The development of a training process model for four-star hotels in Pattaya City* (Unpublished doctoral dissertation). Burapha University.
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (2005). *Foundations of intercultural communication*. Chicago: University Press of America.
- Chen, H., & Gursoy, D. (2018). The effect of customer participation on service failure evaluations. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 109-120.
- Chen, L., & Chen, Y. (2021). Perceived risks and safety concerns of Chinese tourists in the post-Covid-19 era. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1283-1295.
- Chen, M., Zhang, Y., & Li, X. (2021). Designing effective training programs for service employees in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(2), 547-565.
- Chen, Y., Huang, J., & Liu, M. (2023). Simulated training for front-line hotel employees: A sector-based approach. *Journal of Hotel and Tourism Management*, 21(2), 87-102.
- Chiaburu, D. S., & Marinova, S. V. (2005). What predicts skill transfer? An exploratory study of goal orientation, training self-efficacy and organizational support. *International Journal of Training and Development*, 9(2), 110-123.

- Chinese Tourism Academy. (2022). *China outbound tourism development report*. Beijing: China National Tourism Administration.
- Clark, R. E. (1983). Reconsidering research on learning from media. *Review of Educational Research*, 53(4), 445-459.
- Clarkson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117.
- Colquhoun, J. (2017). *Workplace training essentials: A guide for professionals*. London: Learning Matters.
- Cooper, R. G. (2011). *Winning at new products: Creating value through innovation*. New York: Basic Books.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- David, A. R. (1989). *Planning and implementing training programs*. New York: Amacom.
- DeSimone, R. L., & Werner, J. M. (2012). *Human resource development*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Dessler, G. (2000). *Human resource management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Dianawati, A., Lim, S., & Zhang, W. (2024). The impact of smart hotel technology on guest satisfaction and loyalty: A user competency perspective. *Journal of Hospitality and Technology Innovation*, 14(1), 33-49.
- Dianawati, N., Setiawan, A., & Hartanto, R. (2024). The impact of smart hotel technology on guest satisfaction and loyalty: A user competency perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 15(1), 95-113.
- Dick, W., & Carey, L. (1996). *The systematic design of instruction*. New York: Harper Collins College.
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.

- Downey, M. (2011). *Effective coaching: Lessons from the coach's coach*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Drucker, P. F. (1993). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: HarperBusiness.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 11(2), 130-141.
- EHL Insights. (2024). *The impact of department-specific training on hospitality service quality*. Lausanne, Switzerland: EHL Insights.
- Edelheim, J. R., & Ueda, M. (2007). Simulated learning environments in hospitality education: Enhancing realism and practice. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 7(3), 71-91.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Mankato, Minnesota, USA: Capstone.
- Ellis, R. (2003). *Task-based language learning and teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- Finnomena-logo. (2567). ห้วยขวางบูม! รายได้พุ่งจากนักท่องเที่ยวจีนกว่า 600 ล้านบาท ในปีเดียว. เข้าถึงได้จาก <https://www.finnomena.com/taspong/chinese-tourists-up-to-600-million-people/>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Marshfield, MA: Pitman Publishing.
- Futrell, C. (2012). *Fundamentals of selling: Customers for life through service*. New York: McGraw-Hill Education.
- Gagné, R. M., & Briggs, L. J. (1974). *Principles of instructional design*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Gagné, R. M., & Medsker, K. L. (1996). *The conditions of learning: Training applications*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace College.
- Gagné, R. M., Wager, W. W., Golas, K. C., & Keller, J. M. (2005). *Principles of instructional design*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Gall, M. D., Gall, J. P., & Borg, W. R. (2005). *Applying educational research: A practical guide*. Boston, Massachusetts: Pearson Education.
- Gery, G. J. (2019). *The training design manual: The complete practical guide to creating effective and successful training programs*. San Francisco, CA: Pfeiffer.

- Globibo. (2024). *Departmental training approaches for cross-cultural hospitality service*. Singapore: Globibo.
- Goldstein, I. L., & Ford, J. K. (2002). *Training in organizations: Needs assessment, development, and evaluation*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of education*. New York: McGraw-Hill.
- Gronroos, C. (1984). A Service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Gronroos, C. (2000). *Service management and marketing: A customer relationship management approach*. New York: Wiley.
- Guba, E. G. (1990). *The paradigm dialog*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Harris, D. (1980). *The training of employees: A managerial approach*. Menlo Park, CA: Addison-Wesley.
- Harrison, J. S., & Freeman, R. E. (1999). Stakeholders, social responsibility, and performance: Empirical evidence and theoretical perspectives. *Academy of Management Journal*, 42(5), 479-485.
- Harrison, R. (2009). *Learning and development*. London, UK: Chartered Institute of Personnel and Development.
- Harrison-Walker, L. J. (2000). Strategic use of Service quality to gain competitive advantage. *Journal of Services Marketing*, 14(1), 60-71.
- Hawkins, R., & Bohdanowicz, P. (2011). *Responsible hospitality: Theory and practice*. Oxford, UK: Goodfellow Publishers Ltd.
- Heron, J. (1999). *The complete facilitator's handbook*. London, UK & Sterling, VA, USA: Kogan.
- Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1994). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review*, 72(2), 164-174.
- Hidajat, T., & Mansur, H. (2024). Simulation-based training in hotel housekeeping: Enhancing practical skills and efficiency. *Journal of Hospitality Management and Training*, 18(2), 201-215.
- Ho, C., Chang, T., & Tsai, F. (2016). *Training needs assessment in the hospitality industry: A Case study* (Unpublished report).

- Honey, P., & Mumford, A. (1986). *The manual of learning styles*. Maidenhead, UK: Peter Honey.
- Ivanka, M., & Irina, T. (2014). Employee training in the service sector: Benefits for improving Service quality. *Journal of Service Science and Management*, 7(3), 275-280.
- Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 31(32), 105-116.
- James, W. B., Witte, J. E., & Galbraith, M. W. (2012). *Research methods for adult educators in Africa*. Boston, Massachusetts: Pearson Education.
- Jensen, M. C. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 235-256.
- Johnston, R. (1995). The determinants of Service quality: Satisfiers and dissatisfiers. *International Journal of Service Industry Management*, 6(5), 53-71.
- Joo, B. K., & Lim, D. H. (2020). *Workplace learning: Concepts, measurement, and application*. New York: Springer.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer loyalty in the hotel industry: The role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346-351.
- Khemthong, K., & Neamvichaikit, C. (2018). Training needs assessment in hotel businesses. *Thai Journal of Hospitality and Tourism*, 13(1), 77-91.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2024). Turning service failure into strategic advantage in hospitality. *Harvard Hospitality Review*, 15(2), 18-29.
- Kirkpatrick, D. L. (1994). *Evaluating training programs: The four levels*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.
- Kirkpatrick, D. L. (1996). *Evaluating training programs: The four levels*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.
- Kirkpatrick, D. L. (1998). *Another look at evaluating training programs*. Alexandria, VA: American Society for Training and Development.
- Kirkpatrick, D. L., & Kirkpatrick, J. D. (2006). *Evaluating training programs: The four levels*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.
- Kirkpatrick, J. D., & Kirkpatrick, W. K. (2016). *Kirkpatrick's four levels of training evaluation*. Alexandria, VA: Association for Talent Development.

- Knowles, M. S. (1980). *The modern practice of adult education: From pedagogy to andragogy*. New York: Cambridge Books.
- Knowles, M. S. (1980). *The modern practice of adult education: From pedagogy to andragogy*. Cambridge: Cambridge Adult Education.
- Knowles, M. S., Holton, E. F. III, & Swanson, R. A. (2015). *The adult learner*. New York: Routledge.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Korte, R. (2007). A review of socialization literature: Implications for human resource development. *Human Resource Development Review*, 6(4), 331-353.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Hoon, A. C., & Wee, C. H. (2022). *Marketing management: An Asian perspective*. Boston: Pearson Education.
- Ladhari, R., Souiden, N., & Dufour, B. (2017). The role of emotions in utilitarian service settings: The effects of emotional satisfaction on product perception and behavioral intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 10-18.
- Lai, M. Y., & Lee, C. Y. (2022). Behavioral competence development in hotel service: A sustainable training model. *International Journal of Hospitality & Tourism Innovation*, 9(2), 31-48.
- Lewis, R. C., & McCann, J. T. (2004). Service failure and recovery: Evidence from the restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(1), 6-17.
- Li, J., Li, M., & Liu, Y. (2022). Social media and travel planning among Chinese outbound tourists. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(2), 125-141.
- Li, Y. (2022). The impact of AI chatbot and online reservation systems on Chinese guests' hotel experience. *Tourism Management Perspectives*, 43, 100994.

- Liang, Y. (2024). Cross-cultural service behavior and reflection among hotel staff in multicultural settings. *International Journal of Intercultural Relations*, 94, 101773.
- Liang-Meng, C. (2025). *Leadership-based service innovation in Chinese hospitality industry*. Beijing: Beijing University Press.
- Liao, H., Toya, K., Lepak, D. P., & Hong, Y. (2008). Do they see eye to eye? Management and employee perspectives of high-performance work systems and influence processes on Service quality. *Journal of Applied Psychology*, 93(2), 371-385.
- Liu, Y., & Wu, C. (2020). Cross-cultural communication skills and Service quality in Chinese hospitality: A frontline perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 44(3), 421-438.
- Liu, Z., & Li, W. (2021). Cultural differences in service perception: Chinese tourists abroad. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(7), 2562-2579.
- Lombardo, M. M., & Eichinger, R. W. (1996). *The career architect development planner*. Minneapolis, MN: Lominger Limited.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy*. Boston, Massachusetts: Pearson Education.
- Lu, H., Chen, J., & Wang, X. (2020). Perceived value and brand loyalty in Chinese hotel guests: An emotional approach. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102575.
- Malik, M. E., & Vieck, M. (2018). Measuring training effectiveness in hotel organizations: A strategic approach. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 11(2), 28-36.
- Mastercard. (2023). *Global destination cities index 2023*. Retrieved from https://www.mastercardservices.com/sites/default/files/zip-2023-05/travel_2023-2023-05-22-17-50-25/index.html
- Maykut, P., & Morehouse, R. (1994). *Beginning qualitative research: A philosophical and practical guide*. Washington, DC: The Falmer Press.
- McGehee, W., & Thayer, P. W. (1961). *Training in business and industry*. New York: Wiley.
- Merriam, S. B., & Caffarella, R. S. (2020). *Learning in adulthood: A comprehensive guide*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

- Merrill, M. D. (1991). Constructivism and instructional design. *Educational Technology*, 31(5), 45-53.
- Merrill, M. D. (2002). First principles of instruction. *Educational Technology Research and development*, 50(3), 43-59.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- Molnar, A. (2021). *The fundamentals of training design and delivery*. New York: Routledge.
- Nadler, L. (1989). *Corporate human resource development: A management tool for competitive advantage*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Nadler, L. (1989). *The handbook of human resource development*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Noe, R. A. (2024). *Employee training and development*. New York: McGraw-Hill Education.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Olsen, M. D., West, J. J., & Tse, E. C. Y. (1998). *Strategic management in the hospitality industry*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of Service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Peterson, D. B., & Hicks, M. D. (1996). *Leader as coach: Strategies for coaching and developing others*. Minneapolis, MN: Personnel Decisions International.
- Phillips, J. J. (1996). ROI: The search for best practices. *Training & Development*, 50(2), 42-47.
- Phillips, J. J. (2003). *Return on investment in training and performance improvement programs*. Oxford, United Kingdom: Butterworth-Heinemann.
- Phillips, J. J., & Phillips, P. P. (2016). *Handbook of training evaluation and measurement methods*. New York: Routledge.
- Phillips, R., Freeman, R. E., & Wicks, A. C. (2003). What stakeholder theory is not. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 479-502.
- Picton, C. (2022). *Digital learning and development: Strategies for training in the modern workplace*. London: Kogan Page.

- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The experience economy: Competing for customer time, attention, and money*. Harvard: Harvard Business Review Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Post, J. E., Preston, L. E., & Sachs, S. (2002). *Redefining the corporation: Stakeholder management and organizational wealth*. Redwood City, CA: Stanford University.
- Qi, X. (2023). Evaluation of hotel training systems: A Case study of Sheraton Zibo using herzberg's Two-factor theory. *Journal of Human Resource and Sustainability*, 11(2), 134-147.
- Qi, Y. (2023). Evaluation of training system in Sheraton Zibo Hotel based on Herzberg's Two-Factor Theory. *International Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 5(2), 33-49.
- Qi, Y. (2023). Training system evaluation of Sheraton Zibo Hotel based on herzberg's two-factor theory. *Asian Journal of Hospitality and Tourism*, 22(1), 45-59.
- Radu, M., Herbei, O., & Lazar, G. (2019). Apology and trust recovery in customer service failure. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 212-220.
- Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.
- Reiser, R. A., & Dempsey, J. V. (2018). *Trends and issues in instructional design and technology*. New York, NY: Pearson Education.
- Rossi, P. H., Lipsey, M. W., & Freeman, H. E. (2019). *Evaluation: A systematic approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Salas, E., Tannenbaum, S. I., Kraiger, K., & Smith-Jentsch, K. A. (2012). The science of training and development in organizations: What matters in practice. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(2), 74-101.
- Saldana, J. (2013). *The coding manual for qualitative researchers* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Saylor, J. G., & Alexander, W. M. (1974). *Curriculum planning for better teaching and learning*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

- Schneider, B., & Bowen, D. E. (1993). The service organization: Human resources management is crucial. *Organizational Dynamics*, 21(4), 39-52.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. New York: Doubleday.
- Silberman, M. L. (1998). *Active training: A handbook of techniques, designs, case examples, and tips*. San Francisco, CA: Pfeiffer.
- SiteMinder. (2023). *Changing Traveller Report 2023: China Edition*. Retrieved from <https://www.siteminder.com/news/changing-traveller-report-2023/>
- SME Thailand Club. (2560). *Hotels.com เผยข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: นิตยสาร SME Thailand Club.
- Steinmetz, L. L. (2000). *The art and science of training*. Minneapolis, MN: Crisp.
- Su, Y., & Chan, H. K. (2022). Turning service failures into memorable recovery experiences: The role of frontline training. *Service Business Review*, 16(4), 201-219.
- Sun, Y., & Olsen, M. (2022). Emotional experiences of Chinese tourists in hotels: Implications for service innovation. *Tourism Management*, 91, 104489.
- Suwannaset, P. (2019). The role of human resources in staff training and development in luxury hotels in Bangkok. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 31(1), 12-22.
- Swanson, R. A., & Holton, E. F. III. (2001). *Foundations of human resource development*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.
- Taba, H. (1962). *Curriculum development: Theory and practice*. New York: Harcourt Brace.
- The Nation. (2024). *Thailand-China mutual visa exemption effective March 1*. Retrieved from <https://www.nationthailand.com/thailand/policies/40034326>
- Tjiptono, F. (2019). *Service marketing: Principles and applications*. Yogyakarta: Andi.
- Tourism Authority of Thailand Newsroom. (2024). *Chinese tourists lead international arrivals to Thailand in 2024*. Retrieved from <https://www.nationthailand.com/news/tourism/40050919>
- Tran, Q. T., & Choi, S. L. (2020). Embedded training in service organizations: Enhancing satisfaction and motivation. *Service Business*, 14(1), 1-17.
- Tsang, E. W. K. (2023). *Behavioral change through training: A practical approach for HRD professionals*. London: Palgrave Macmillan.

- Tsang, N. K. F., & Ap, J. (2007). Tourists' perceptions of relational quality service attributes: A cross-cultural study. *Journal of Travel Research*, 45(3), 355-363.
- Tsui, A., & Chen, J. (2020). Cognitive apprenticeship in hospitality training: A pathway to service excellence. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(6), 2184-2202.
- Wang, H., & Li, X. (2019). Language training strategies for hotel front-line staff: Beyond rote memorization. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 122-130.
- Wang, R., Li, X., & Li, Y. (2021). Mobile applications and the smart travel experience of Chinese tourists. *Journal of Tourism Futures*, 7(1), 73-88.
- Wang, Y. (2011). Evaluation tools for strategic training and development: Applications in high-star hotels in China. *Journal of Human Resource Development*, 9(1), 55-72.
- Wang, Y. (2011). Strategic training and development evaluation tool: Applications in high-star hotels in China. *Journal of Human Resource and Sustainability Development*, 9(1), 35-50.
- Wang, Z. (2011). Strategic training and development tools in five-star hotels in China: A qualitative multiple-Case study. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 1035-1045.
- Warner, J. L., & DeSimone, R. L. (2012). *Human resource development* (6th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Werner, J. M., & DeSimone, R. L. (2012). *Human resource development*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Whatfix. (2023). *Training objectives: Definition, steps & examples*. Retrieved from <https://whatfix.com/blog/training-objectives/>
- Xianbang Research Institute. (2024). *Chinese travel behavior and lifestyle adaptation report 2024*. Beijing: Xianbang Insight.
- Xu, H., Wang, Y., & Li, M. (2020). Language needs in China's hospitality industry: A gap analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102353.
- Xu, H., Wang, Y., & Li, M. (2023). Customer data analytics and personalization in Chinese outbound tourism. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101089.

- Yang, Y., & Lau, H. (2022). Designing culture-specific training programs for tourism staff: Impacts on Chinese customer satisfaction. *Tourism and Hospitality Research*, 22(3), 312-325.
- Yildiz, S. M. (2018). Collaborative learning in the workplace: Developing effective training environments. *International Journal of Training and Development*, 22(3), 243-258.
- Ying. (2024). Holistic thinking and service evaluation among Chinese tourists: Evidence from online reviews. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(1), 45-61.
- Zaltman, G. (2003). *How customers think: Essential insights into the mind of the market*. Harvard: Harvard Business School.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1996). The behavioral consequences of Service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zhang, H., & Li, W. (2021). Chinese tourist expectations and service interaction misalignments in Thai hotels. *Asian Journal of Tourism Studies*, 17(3), 66-82.
- Zhang, J., & Wu, Y. (2023). Communication and contingency skills of hotel staff: Effects on Chinese tourist loyalty. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(1), 55-72.
- Zhang, Q., Li, M., & Wang, J. (2023). Smart payment technologies and Chinese tourists' loyalty: A cross-border study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(1), 66-82.
- Zhou, L., & Wang, Y. (2023). Improving hotel staff performance through culturally tailored training: Evidence from Chinese tourist service contexts. *Journal of Hospitality Training & Development*, 18(1), 45-61.
- iiMedia Research. (2022). *China tourism consumer insights 2022: The rise of Thai food and cultural tourism*. Retrieved , from <https://www.iimedia.cn/reportxxxx.pdf>

บรรณานุกรม





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

คำถามเพื่อการสัมภาษณ์ กลุ่มที่ 1 ลูกค้ายูจีนที่เข้าพักในโรงแรม

1. คุณคิดว่าการบริการในโรงแรมหรือรีสอร์ทของไทยตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนอย่างไรบ้าง?
2. มีการบริการใดที่คุณรู้สึกว่าคนไทยควรปรับปรุงเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน?
3. คุณคาดหวังว่าพนักงานโรงแรมควรมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนมากน้อยเพียงใดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน?
4. คุณคิดว่าการบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการพักในโรงแรมของนักท่องเที่ยวจีนหรือไม่?
5. บริการแบบไหนที่คุณคาดหวังให้พนักงานโรงแรมของไทยทำเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการเข้าพักของคุณ?
6. คุณมีความคาดหวังอะไรเพิ่มเติมจากการบริการของพนักงานโรงแรมที่พักในประเทศไทยเพื่อให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวของคุณน่าประทับใจยิ่งขึ้น?
7. คุณคาดหวังว่าพนักงานโรงแรมควรมีวิธีการจัดการกับปัญหาหรือข้อร้องเรียนของคุณในลักษณะใด?
8. คุณคิดว่าการต้อนรับแบบไทย ๆ มีส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวจีนหรือไม่?
9. ในมุมมองของคุณ การบริการที่มีรอยยิ้ม ความเป็นกันเอง และความสุขจากพนักงานโรงแรมมีผลต่อความประทับใจของคุณมากน้อยเพียงใด?
10. เมื่อคุณต้องการความช่วยเหลือเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม เช่น การใช้ห้องพักรับบริการเสริมต่างๆ คุณคาดหวังให้พนักงานโรงแรมให้คำแนะนำหรือช่วยเหลืออย่างไร?
11. คุณต้องการให้โรงแรมมีสิทธิประโยชน์อะไรบ้าง? เช่น การอัปเกรดห้องพัก การเช็คอิน/เช็คเอาท์ล่วงหน้า หรืออินเทอร์เน็ต Wi-Fi ฟรี
12. สิทธิประโยชน์ในการเข้าพัก เช่น การเช็คอินและเช็คเอาท์ล่วงหน้าฟรี มีความสำคัญกับคุณมากน้อยเพียงใด กับการเลือกที่พัก?
13. การให้บริการอาหารเช้าฟรีหรือแพ็คเกจพิเศษที่รวมอาหารเช้าและเครื่องดื่มมีความสำคัญกับคุณในการเลือกเข้าพักโรงแรมหรือไม่?
14. สิทธิประโยชน์เกี่ยวกับการเดินทาง เช่น บริการรับ-ส่งจากสนามบินฟรีหรือส่วนลดในการเดินทาง มีความสำคัญต่อคุณอย่างไร?
15. คุณคิดว่าโรงแรมควรให้สิทธิพิเศษเพิ่มเติมอะไร เช่น คะแนนสะสมหรือการเข้าถึงบริการ VIP สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักบ่อย?



BUU-IRB Approved
16 Dec 2024

16. การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มของไทยตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากน้อยเพียงใด?
17. การบริการอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมมีความสำคัญแค่ไหนในการตอบสนองต่อความต้องการของคุณ? เช่น อาหารเช้าฟรีหรือแพ็คเกจอาหารพิเศษ
18. ปัจจัยสำคัญที่สุดที่คุณใช้ในการเลือกโรงแรมคืออะไร? เช่น ราคา ทำเลที่ตั้ง หรือบริการของโรงแรม
19. คุณให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของโรงแรมอย่างไรบ้าง เช่น ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวหรือการเดินทางสะดวก?
20. คุณพิจารณาจากรีวิวและความเห็นจากนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ในการเลือกโรงแรมมากน้อยเพียงใด?
21. บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม เช่น Wi-Fi ฟรี สระว่ายน้ำ หรือฟิตเนส มีผลต่อการตัดสินใจของคุณอย่างไร?
22. ราคาและโปรโมชั่นพิเศษของโรงแรมมีความสำคัญในการเลือกเข้าพักของคุณแค่ไหน?
23. คุณมองหาการให้บริการที่ตอบสนองต่อวัฒนธรรมและความต้องการเฉพาะ เช่น การให้บริการเป็นภาษาจีนหรือไม่?
24. คุณพิจารณาเลือกโรงแรมจากแบรนด์หรือชื่อเสียงของโรงแรมหรือชอบลองเข้าพักโรงแรมใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน?



BUU-IRB Approved
16 Dec 2024

采访问题：第一组，入住酒店的中国游客

1. 您认为泰国的酒店或度假村服务能在多大程度上满足中国游客的需求？
2. 您觉得有哪些服务是泰国酒店需要改进的，以更好地迎合中国游客的需求？
3. 您期望酒店员工了解中国文化的程度，以便更好地满足中国游客的需求？
4. 您认为快速和高效的服务对于中国游客入住酒店来说是否是重要的因素？
5. 您期待泰国酒店员工提供哪些服务来提高入住的便利性？
6. 您对泰国酒店员工的服务还有哪些额外的期望，以便提升您的旅游体验？
7. 您期望酒店员工如何处理您的问题或投诉？
8. 您觉得泰国式的欢迎礼仪在创造良好体验方面对中国游客是否重要？
9. 在您看来，酒店员工的微笑、亲切和礼貌对您的印象有多大的影响？
10. 当您需要关于酒店设施的帮助时，比如如何使用客房或增值服务，您希望酒店员工如何为您提供指导或帮助？
11. 您希望酒店提供哪些福利，例如房间升级、提前/延迟入住或免费 Wi-Fi？
12. 您在选择酒店时，会多大程度上看重提前/延迟入住等入住福利？
13. 您在选择酒店时，会多大程度上看重免费早餐或含餐饮的特别套餐？
14. 您对于例如免费机场接送或旅行折扣等出行相关福利怎么看？
15. 您觉得酒店是否应该提供额外的优惠，例如积分奖励或 VIP 服务以吸引常住顾客？
16. 您觉得泰国的餐饮服务在多大程度上符合中国游客的需求？
17. 您觉得酒店的餐饮服务对您有多重要，比如免费早餐或特别套餐？
18. 您选择酒店时最看重的因素是什么，比如价格、地理位置或酒店服务？
19. 您在选择酒店时对酒店的地理位置有多重视，例如靠近景点或交通便利？
20. 您在选择酒店时会多大程度上参考其他游客的评论？
21. 您在选择酒店时，免费 Wi-Fi、游泳池或健身房等设施对您有多大影响？
22. 您在选择酒店时，价格和特别促销对您有多重要？
23. 您是否会优先选择能够提供符合您文化需求的服务，如中文服务？
24. 您在选择酒店时会更看重品牌和知名度，还是更愿意尝试没有体验过的新酒店？



BUU-IRB Approved
16 Dec 2024

Interview Questions for Group 1: Chinese Guests Staying at the Hotel

1. How do you think the services in Thai hotels or resorts meet the needs of Chinese tourists?
2. Is there any service you feel Thai people should improve to better meet the needs of Chinese tourists?
3. How knowledgeable do you expect hotel staff to be about Chinese culture in order to cater to the needs of Chinese tourists?
4. Do you think fast and efficient service is a key factor for Chinese tourists when staying at a hotel?
5. What kind of services do you expect Thai hotel staff to provide to enhance your comfort during your stay?
6. What additional expectations do you have from hotel staff in Thailand to make your travel experience more memorable?
7. How do you expect hotel staff to handle your issues or complaints?
8. Do you think Thai-style hospitality plays an important role in creating a positive experience for Chinese tourists?
9. From your perspective, how much does service with a smile, friendliness, and politeness from hotel staff affect your impression?
10. When you need assistance with hotel facilities, such as using your room or accessing additional services, how do you expect hotel staff to assist you?
11. What kinds of benefits do you expect from the hotel, such as room upgrades, early/late check-in or check-out, or free Wi-Fi?
12. How important are benefits like free early check-in or late check-out when choosing a hotel?
13. How important is free breakfast or special packages that include food and drinks in your decision to stay at a hotel?
14. How important are travel-related benefits, such as free airport transfers or discounts on transportation, to you?
15. Do you think hotels should offer additional privileges, such as loyalty points or access to VIP services, for frequent guests?



BUU-IRB Approved
16 Dec 2024

16. How well do you think Thai food and beverage services meet the needs of Chinese tourists?
17. How important is food and beverage service at the hotel in meeting your needs, such as free breakfast or special meal packages?
18. What is the most important factor for you when choosing a hotel, such as price, location, or service quality?
19. How important is the location of the hotel to you, such as proximity to tourist attractions or ease of transportation?
20. How much do you rely on reviews and feedback from other tourists when choosing a hotel?
21. How do hotel services and amenities, such as free Wi-Fi, swimming pool, or fitness center, impact your decision-making?
22. How important are hotel prices and special promotions when choosing where to stay?
23. Do you seek services that cater to specific cultural needs, such as service in Chinese?
24. Do you choose hotels based on the brand or reputation of the hotel, or do you prefer to try new hotels that you haven't experienced before?



BUU-IRB Approved
16 Dec 2024

คำถามเพื่อการสัมภาษณ์ กลุ่มที่ 2 พนักงานผู้ปฏิบัติงานในการให้บริการกับลูกค้าชาวจีน

1. คุณคิดว่าหากต้องการให้โรงแรมมีลูกค้าชาวจีนเข้ามาพักให้มากยิ่งขึ้น โรงแรมควรมีการเพิ่มเติมอะไรบ้าง เพราะเหตุใด
2. ในมุมมองของพนักงานโรงแรมหากต้องการให้โรงแรมมีลูกค้าชาวจีนเข้ามาพักให้มากยิ่งขึ้น โรงแรมควรสนับสนุนเพิ่มเติมทักษะความรู้ความสามารถด้านใดบ้างให้กับพนักงานในโรงแรม เพราะเหตุใด
3. ในมุมมองของพนักงานผู้ปฏิบัติงานหากต้องการให้ลูกค้าชาวจีนเข้าพักในโรงแรมมากยิ่งขึ้น พนักงานโรงแรมยังขาดทักษะความรู้ความสามารถด้านใดบ้าง เพราะเหตุใด
4. คุณคิดว่าปัจจุบันพนักงานในโรงแรมมีอะไรเป็นจุดเด่นที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนบ้าง
5. หากต้องมีการเพิ่มเติมทักษะให้กับพนักงานในโรงแรมในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีนคุณมีข้อเสนอแนะอะไรบ้างในกระบวนการเพิ่มเติมทักษะเหล่านั้นให้กับพนักงานในโรงแรม
6. คุณคิดว่าใครบ้างควรเป็นผู้ที่จะมาถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในการเพิ่มทักษะเหล่านั้นเพื่อการดูแลบริการแก่ลูกค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
7. คุณคิดว่าต้องใช้ระยะเวลาขนาดไหนในการจัดการฝึกอบรมเพื่อให้พนักงานในโรงแรมเกิดความรู้ความเข้าใจด้านการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเกิดความประทับใจ
8. หากต้องมีการฝึกอบรมเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรมเพื่อการฝึกอบรมที่เป็นประโยชน์และมีประสิทธิภาพมากที่สุด คุณคิดว่าการฝึกอบรมควรมีลักษณะอย่างไร
9. ในฐานะที่คุณเป็นพนักงานโรงแรมแห่งนี้คุณคิดว่าคุณจะมีส่วนช่วยให้โรงแรมสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าชาวจีนได้อย่างไรบ้าง
10. คุณคิดว่าโรงแรมควรสนับสนุนงบประมาณในการฝึกอบรมให้กับพนักงานเพื่อการพัฒนาทักษะการบริการให้กับลูกค้าชาวจีนอย่างไรบ้าง
11. คุณคิดว่าใครควรเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการบริการแก่ลูกค้าชาวจีนบ้าง เพราะอะไร
12. ในฐานะที่คุณเป็นพนักงานโรงแรมคุณคิดว่าอะไรอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าชาวจีนที่เข้ามาพักในโรงแรมไม่ประทับใจบ้าง
13. คุณคิดว่าหลังการฝึกอบรมการเพิ่มทักษะการบริการเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีนเสร็จสิ้นเราควรมีการประเมินผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาพนักงานในโรงแรมอย่างไร



BUU-IRB Approved
16 Dec 2024

คำถามเพื่อการสัมภาษณ์ กลุ่มที่ 3 พนักงานระดับหัวหน้างานหรือผู้จัดการแผนกที่มีหน้าที่
ปฏิบัติงาน โดยตรงเกี่ยวกับการดูแลลูกค้าชาวจีน

1. คุณคิดว่าวัตถุประสงค์ในการจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานโรงแรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีนคืออะไร
2. หากให้คุณเสนอหัวข้อในการพัฒนาพนักงานในโรงแรมในการยกระดับคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าชาวจีนที่เข้าพักในโรงแรม คุณคิดว่าควรมีหัวข้ออะไรบ้างในการจัดอบรมให้กับพนักงาน
3. และในแต่ละหัวข้อในการฝึกอบรมนั้นผู้ที่มาให้ความรู้ในเรื่องนั้นๆ ควรมีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง
4. หากต้องจัดการฝึกอบรมให้ได้ประสิทธิภาพในการเพิ่มทักษะการให้บริการ คุณคิดว่าควรมีรูปแบบการจัดการฝึกอบรมในลักษณะใด
5. เพื่อให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมที่มีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์คือการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน คุณคิดว่าการฝึกอบรมของทักษะในแต่ละด้านควรใช้ระยะเวลาเท่าใด และควรจัดกิจกรรมฝึกอบรมในช่วงใด
6. บทประมาณในการฝึกอบรมของการพัฒนาทักษะในแต่ละด้าน โรงแรมควรสนับสนุนในเรื่องใดบ้าง
7. เมื่อสิ้นสุดโปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการบริการแก่พนักงานในโรงแรมเสร็จสิ้น คุณคิดว่าพนักงานโรงแรมควรมีการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างไรบ้าง
8. คุณคิดว่าใครบ้างควรได้รับการฝึกอบรมในการพัฒนาทักษะการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน



BUU-IRB Approved
16 Dec 2024



ภาคผนวก ข

โมดูลฝึกอบรม

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 1
1. หัวข้อการฝึกอบรม	การบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน
2. วัตถุประสงค์ การฝึกอบรม	1. ปรับพื้นฐานองค์ความรู้ของพนักงานในโรงแรมที่ให้บริการลูกค้าชาวจีน 2. เพิ่มความเข้าใจด้านวัฒนธรรมและมารยาทของลูกค้าชาวจีน 3. ปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน
3. เนื้อหาการฝึกอบรม	1. ความสำคัญของลูกค้าชาวจีนต่อโรงแรม 2. การเข้าใจมารยาทและพฤติกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของลูกค้าชาวจีน 3. ความสำคัญของการเคารพวัฒนธรรมชาวจีน 4. สิ่งที่ต้องทำและควรหลีกเลี่ยงในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน
4. วิธีการฝึกอบรม	ส่วนที่ 1 การบรรยายและให้ความรู้พร้อมการอภิปรายรายกลุ่ม - แนะนำหัวข้อและวัตถุประสงค์ (10 นาที) - บรรยายข้อมูลตลาดโรงแรมในพื้นที่ห้วยขวาง (15 นาที) - การนำเสนอแนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน (10 นาที) - อภิปรายรายกลุ่ม (150 นาที) - สรุปและตอบคำถาม (25 นาที) ส่วนที่ 2 Workshop - บรรยาย พร้อมแบ่งกลุ่มการทำงาน (30 นาที) - วิเคราะห์ SWOT (60 นาที) - นำเสนอผลลัพธ์และอภิปรายร่วมกัน (45 นาที) - สรุปผลและสะท้อนการเรียนรู้ (15 นาที)
5. ผู้ฝึกสอน	- มีประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรม การตลาด หรือการบริการลูกค้าชาวต่างชาติ - เชี่ยวชาญวัฒนธรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน
6. ผู้เข้าร่วมอบรม	ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในกลุ่มทดลองที่ปฏิบัติหน้าที่ในรอบเช้า จำนวน 30 คน
7. สื่อและเครื่องมือ	PowerPoint วิดีโอ เอกสารประกอบ กระดาษฟลิปชาร์ต กระดาษโน้ต, โปรเจกเตอร์
8. ระยะเวลา	รวม 360 นาที (6 ชั่วโมง = 1 วัน)

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 1
9. งบประมาณ	รับผิดชอบโดยสถานประกอบการ (ห้องประชุม อุปกรณ์ อาหารว่าง ค่าวิทยากร)
10. เกณฑ์ประเมินผล	- การประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมจากพนักงานผู้เข้ารับการอบรม เมื่อสิ้นสุดทั้ง 6 Modules - การประเมินความเป็นประโยชน์ของโมดูลโดยพนักงานผู้เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม - การประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับการหลังจากพนักงานรอบเข้าได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 2
1. หัวข้อการฝึกอบรม	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าชาวจีน
2. วัตถุประสงค์การฝึกอบรม	1. เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าชาวจีน 2. เพื่อให้พนักงานเข้าใจคำถามหรือคำร้องขอของลูกค้าชาวจีน 3. เพื่อสร้างความประทับใจในการบริการให้กับลูกค้าชาวจีน
3. เนื้อหาการฝึกอบรม	1. ภาษาจีนพื้นฐานที่ใช้ในงานบริการ 2. สำนวนและวลีเฉพาะสำหรับโรงแรมและร้านอาหาร 3. การทบทวนและปฏิบัติการใช้ภาษาจีนในสถานการณ์จริง
4. การดำเนินการฝึกอบรม	ส่วนที่ 1 ภาษาจีนพื้นฐาน - การเตรียมตัว (35 นาที) - การทักทาย Conversation drills (50 นาที) - การถามความต้องการ Conversation drills (50 นาที) - การกล่าวลา Conversation drills (50 นาที) - สรุปและคำถาม (20 นาที) ส่วนที่ 2 สำนวนเฉพาะ - การเตรียมตัว (35 นาที) - การต้อนรับ (35 นาที) - การแนะนำบริการ (35 นาที) - การจัดการคำขอและร้องเรียน (35 นาที) - สรุปและคำถาม (20 นาที)

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 2
	ส่วนที่ 3 การปฏิบัติจริง - Role play (250 นาที) - Conversation drills (50 นาที) - Matching expressions (50 นาที) - Simulation practice (250 นาที) - สรุปและคำถาม (30 นาที)
5. ผู้ฝึกสอน	- มีความเชี่ยวชาญในภาษาจีนทั้งการพูดและวัฒนธรรม - มีประสบการณ์ในงานบริการโรงแรม/ ร้านอาหาร - ทักษะการถ่ายทอดความรู้และออกแบบกิจกรรม Role play
6. ผู้เข้าร่วมอบรม	ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในกลุ่มทดลองที่ปฏิบัติหน้าที่ในรอบเช้า จำนวน 30 คน
7. สื่อและเครื่องมือ	- คู่มือคำศัพท์และประโยคพื้นฐาน - Flashcards - วิดีโอแนะนำสถานการณ์จริง - กระดานไวท์บอร์ด - ใบฝึกหัดพูดและเขียน
8. ระยะเวลา การฝึกอบรม	รวม 1,080 นาที (18 ชั่วโมง = 3 วัน)
9. งบประมาณ	รับผิดชอบโดยสถานประกอบการ (ห้องประชุม อุปกรณ์ อาหารว่าง ค่าวิทยากร)
10. เกณฑ์ประเมินผล	- การประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมจากพนักงานผู้เข้ารับการอบรม เมื่อสิ้นสุดทั้ง 6 Modules - การประเมินความเป็นประโยชน์ของโมดูลโดยพนักงานผู้เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม - การประเมินผลกระทบบางส่วนหลังจากลูกค้าได้รับการบริการจากพนักงานรอบเช้าได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 3
1. หัวข้อการฝึกอบรม	การบริการที่เป็นเลิศด้วยเทคโนโลยีสำหรับลูกค้าชาวจีน
2. วัตถุประสงค์ การฝึกอบรม	เพื่อให้พนักงานใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการให้บริการ และเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าชาวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ
3. เนื้อหาการฝึกอบรม	1. การทำความเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีของลูกค้าชาวจีน 2. การใช้เครื่องมือการสื่อสารดิจิทัลสำหรับลูกค้าชาวจีน 3. การชำระเงินดิจิทัลที่เหมาะสม 4. การใช้โซเชียลมีเดียและรีวิวเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ
4. การดำเนินการ ฝึกอบรม	- บรรยายเชิงโต้ตอบ - การสาธิตและฝึกปฏิบัติจริง - Workshop - กิจกรรมจำลองสถานการณ์และการตอบกลับ 1. การทำความเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยี - บรรยายและกรณีศึกษาแอปพิจิน (180 นาที) 2. การใช้เครื่องมือดิจิทัล - ฝึกใช้ WeChat, QR Code, ภาษาในแชต (180 นาที) 3. การชำระเงินดิจิทัล - ฝึกใช้ Alipay, WeChat Pay และการแก้ไขปัญหา (180 นาที) 4. การใช้โซเชียลมีเดียและรีวิว - วิเคราะห์รีวิวและออกแบบแคมเปญ (120 นาที) 5. การสรุปและประเมินผล - ทบทวน ถามตอบ แบบทดสอบ (60 นาที)
5. ผู้ฝึกสอน	มีประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรม การตลาด หรือการบริการลูกค้า ชาวต่างชาติ เชี่ยวชาญวัฒนธรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวจีน
6. ผู้เข้าร่วมอบรม	ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในกลุ่มทดลองที่ปฏิบัติหน้าที่ในรอบเช้า จำนวน 30 คน
7. สื่อและเครื่องมือ	- สไลด์และวิดีโอสาธิต - คู่มือการใช้ WeChat, QR Code, Alipay - การ์ดคำศัพท์จีนพื้นฐาน

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 3
	- Workshop และกิจกรรมจำลองสถานการณ์
8. ระยะเวลา การฝึกอบรม	รวม 720 นาที (12 ชั่วโมง = 2 วัน)
9. งบประมาณ	รับผิดชอบโดยสถานประกอบการ (ห้องประชุม อุปกรณ์ อาหารว่าง ค่าวิทยากร)
10. เกณฑ์ประเมินผล	- การประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมจากพนักงานผู้เข้ารับการอบรม เมื่อสิ้นสุดทั้ง 6 Modules - การประเมินความเป็นประโยชน์ของโมดูลโดยพนักงานผู้เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม - การประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับการบริการหลังจากพนักงานรอบเช้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 4
1. หัวข้อการฝึกอบรม	การฝึกอบรมทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าชาวจีน
2. วัตถุประสงค์ การฝึกอบรม	1. เพื่อให้พนักงานสามารถสร้างประสบการณ์การเข้าพักที่โดดเด่นให้กับลูกค้าชาวจีน 2. เพื่อสร้างทักษะการสร้างความจดจำที่ดีสำหรับลูกค้าชาวจีน
3. เนื้อหาการฝึกอบรม	1. เทคนิคการให้บริการเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง 2. เทคนิคการมอบบริการเฉพาะบุคคล 3. เทคนิคการจดจำและใช้ข้อมูลลูกค้า
4. การดำเนินการ ฝึกอบรม	แบ่งการฝึกอบรมเป็น 2 ส่วน คือ 1. ภาคทฤษฎี: 540 นาที 2. ภาคปฏิบัติ: 1,260 นาที (รวม 1,800 นาที/ 30 ชั่วโมง/ 5 วัน)
5. ผู้ฝึกสอน	ผู้มีประสบการณ์ด้านการบริการและวัฒนธรรมจีน มีทักษะการสอนและการสื่อสารเป็นภาษาจีนและอังกฤษ
6. ผู้เข้าร่วมอบรม	ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในกลุ่มทดลองที่ปฏิบัติหน้าที่ในรอบเช้า จำนวน 30 คน
7. สื่อและเครื่องมือ	รวม 1,800 นาที (30 ชั่วโมง = 5 วัน)

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 4
8. ระยะเวลา การฝึกอบรม	วิดีโอกรณีศึกษา การ์ดสถานการณ์ ชุดอุปกรณ์จำลอง เช่น ชุดน้ำชา ข้อมูลลูกค้าจำลอง
9. งบประมาณ	สนับสนุนโดยสถานประกอบการ (ค่าเช่าห้องประชุม ค่าวิทยากร ค่าอุปกรณ์ ค่าอาหารว่าง)
10. เกณฑ์ประเมินผล	- การประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมจากพนักงานผู้เข้ารับการอบรม เมื่อสิ้นสุดทั้ง 6 Modules - การประเมินความเป็นประโยชน์ของโมดูลโดยพนักงานผู้เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม - การประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับการบริการหลังจากพนักงานรอบเช้า ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม

รายละเอียดการฝึกอบรมภาคทฤษฎี พนักงานทุกคนที่เข้าร่วมโครงการต้องเข้าร่วมกิจกรรมภาคทฤษฎีเสร็จสิ้นทุกท่านก่อน จึงทำการแยกฝึกอบรมภาคปฏิบัติตามแผนก

กิจกรรม	รายละเอียด	ระยะเวลา
กิจกรรมที่ 1: การบรรยาย และแนะนำเนื้อหา	ปูพื้นฐานการบริการที่เป็นเลิศ - อธิบายความคาดหวังของลูกค้าชาวจีน - ชมวิดีโอกรณีศึกษา - อภิปรายและตั้งคำถาม	10 นาที
กิจกรรมที่ 2: การแสดงบทบาทสมมติ (Role play)	ฝึกสถานการณ์จำลองแผนกต่าง ๆ เช่น ต้อนรับลูกค้า แนะนำเมนู จัดเตรียมห้องพัก	90 นาที
กิจกรรมที่ 3: การจำลองสถานการณ์ (Personalized service)	ฝึกการให้บริการเฉพาะบุคคลในโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด การเตรียมสิ่งของตามความชอบ	90 นาที
กิจกรรมที่ 4: กิจกรรมกลุ่ม (Workshop) ใช้ข้อมูลลูกค้า	ฝึกการจดจำและใช้ข้อมูลลูกค้าในการให้บริการ	120 นาที
กิจกรรมที่ 5: สรุปและตอบคำถาม	สรุปเทคนิคสำคัญ เปิดโอกาสถามตอบ แจกคู่มือ	50 นาที

รายละเอียดการฝึกอบรมภาคปฏิบัติ (3 แผนก)

แผนกต้อนรับ (360 นาที)/ กิจกรรม	รายละเอียด	ระยะเวลา
1. การแนะนำและการสาธิต (Coaching & Demo)	แนะนำเทคนิค Wow service เช่น การกล่าวต้อนรับเป็นภาษาจีน การจัดเตรียมบริการเสริม	60 นาที
2. การลงมือฝึกปฏิบัติ (Hands-on practice)	ฝึก Role play ในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การต้อนรับลูกค้ากลุ่มใหญ่ การให้บริการลูกค้าประจำ	180 นาที
3. การสรุปและให้คำแนะนำ (Review & feedback)	สรุปประสบการณ์ ให้คำแนะนำรายบุคคล	120 นาที
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (360 นาที)/ กิจกรรม	รายละเอียด	ระยะเวลา
1. การแนะนำและการสาธิต (Coaching & Demo)	สอนเทคนิค Wow service ในแผนกอาหาร เช่น การแนะนำเมนูเป็นภาษาจีน การเสิร์ฟขาแบบพิธีรีตอง	60 นาที
2. การลงมือฝึกปฏิบัติ (Hands-on practice)	ฝึก Role play การให้บริการน้ำชาและอาหารแบบครบครัน การแนะนำเมนูเฉพาะบุคคล	180 นาที
3. การสรุปและให้คำแนะนำ (Review & feedback)	สรุปประสบการณ์ ให้คำแนะนำรายบุคคล	120 นาที
แผนกแม่บ้าน (360 นาที) กิจกรรม	รายละเอียด	ระยะเวลา
1. การแนะนำและการสาธิต (Coaching & Demo)	แนะนำเทคนิค Wow service งานของแม่บ้าน	30 นาที
2. การลงมือฝึกปฏิบัติ (Hands-on practice)	ฝึก Role play การเตรียมห้องสำหรับลูกค้าในช่วงเวลาพิเศษต่าง ๆ Honeymoon, Birthday, Anniversary เป็นต้น	210 นาที
3. การสรุปและให้คำแนะนำ (Review & feedback)	สรุปประสบการณ์ ให้คำแนะนำรายบุคคล	120 นาที

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 5
1. ชื่อหัวข้อการฝึกอบรม	เปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน
2. วัตถุประสงค์	เพื่อให้พนักงานสามารถเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาสในการสร้างความประทับใจในการแก้ไขปัญหาสำหรับลูกค้าชาวจีน
3. เนื้อหาการฝึกอบรม	1. การสร้างความเข้าใจพื้นฐานและความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับลูกค้าชาวจีน (180 นาที) - วัฒนธรรม ค่านิยม และข้อห้ามของลูกค้าชาวจีน - เทคนิคการสื่อสารเชิงบวกและท่าทีที่เหมาะสม - ความคาดหวังในการบริการของลูกค้าชาวจีน - กิจกรรม Role play และการจำลองสถานการณ์
	2. การพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาและการสื่อสารเชิงบวก (360 นาที) - วิเคราะห์ปัญหาและตอบสนองต่อข้อร้องเรียนอย่างมืออาชีพ - การพูดและการฟังเชิงบวก - การควบคุมอารมณ์และแสดงท่าทีที่สุภาพ
	3. การฝึกฝนการเจรจาและการโน้มน้าวใจในการจัดการปัญหา (360 นาที) - หลักการเจรจาแบบ Win-win - เทคนิคการโน้มน้าวใจและการเสนอทางเลือก - การจัดการลูกค้าที่มีความไม่พอใจสูง
	4. การสร้าง WOW Moment และการเปลี่ยนสถานการณ์ให้เป็นความประทับใจ (360 นาที) - แนวคิด WOW Moment - ตัวอย่างและเทคนิคการสร้างความประทับใจในสถานการณ์ - ต่าง ๆ - กิจกรรมการออกแบบ WOW Moment แยกตามแผนก
4. วิธีการฝึกอบรม	- บรรยายให้ความรู้ - กิจกรรมกลุ่มและการจำลองสถานการณ์จริง - การสาธิตและการฝึกปฏิบัติ - การประเมินผลและให้ Feedback อย่างสร้างสรรค์

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 5
5. ผู้ฝึกสอน	ความเชี่ยวชาญในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม มีความเชี่ยวชาญด้านการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ที่เป็นรอง มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านงานบริการ โดยเฉพาะงานโรงแรม
6. ผู้เข้าร่วมอบรม	ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในกลุ่มทดลองที่ปฏิบัติหน้าที่ในรอบเช้า จำนวน 30 คน
7. สื่อและเครื่องมือ	สไลด์นำเสนอข้อมูล วีดีโอสั้น เอกสารประกอบ บทบาทสมมติ การ์ดจำลองสถานการณ์
8. ระยะเวลา	ระยะเวลา 1,260 นาที (21 ชั่วโมง = 3.5 วัน)
9. งบประมาณ	ได้รับการสนับสนุนจากสถานประกอบการ (ค่าเช่าห้องประชุม สื่อการอบรม อาหารว่าง และค่าวิทยากร
10. เกณฑ์การประเมินผล	- การประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมจากพนักงานผู้เข้ารับการอบรม เมื่อสิ้นสุดทั้ง 6 Modules - การประเมินความเป็นประโยชน์ของโมดูลโดยพนักงานผู้เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม - การประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังลูกค้าได้รับการบริการหลังจากพนักงานรอบเช้าได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฝึกอบรม

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 6
1. หัวข้อการฝึกอบรม	กลยุทธ์การขายเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน
2. วัตถุประสงค์การฝึกอบรม	1. เพิ่มความพึงพอใจและสร้างความภักดีในระยะยาวของลูกค้าชาวจีน 2. เข้าใจพฤติกรรม การซื้อ และการตอบสนองต่อความคาดหวังทางวัฒนธรรม
3. เนื้อหาการฝึกอบรม	1. การทำความเข้าใจลูกค้าชาวจีนยุคใหม่ 2. เทคนิคการสร้างประทับใจและการสื่อสารเชิงลึก 3. Advance Sales and Promotion 4. การสรุปและการวางกลยุทธ์ต่อยอดสำหรับการขายที่ยั่งยืน
4. วิธีการฝึกอบรม	- บรรยายเชิงโต้ตอบ - กิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษา - Role playing และ Workshops

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 6
	- สรุปและวางกลยุทธ์ต่อยอด 1. การทำความเข้าใจลูกค้าชาวจีนยุคใหม่ - บรรยายเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อ การใช้เทคโนโลยีและแนวโน้มการท่องเที่ยว - กรณีศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย 2. เทคนิคการสร้างความประทับใจและการสื่อสาร - Role playing การแนะนำสินค้าและการจัดการข้อร้องเรียน - ฝึกการสื่อสารเชิงบวกและภาษากายที่เหมาะสม 3. กลยุทธ์การขายและการตลาดขั้นสูง - ฝึกใช้แพลตฟอร์ม Wechat, Xiaohongshu 4. การวางแผนกลยุทธ์ต่อยอดการขาย - ทบทวนเนื้อหาและสร้างแผนกลยุทธ์การขายที่ยั่งยืน - การให้คำแนะนำรายบุคคลจากวิทยากร 5. สรุป และ Feedback - สรุปเนื้อหา ถามตอบข้อสงสัย และรับ Feedback
5. ผู้ฝึกสอน	มีประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรม การตลาด หรือการบริการลูกค้าชาวต่างชาติ เชี่ยวชาญวัฒนธรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน
6. ผู้เข้าร่วมอบรม	ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในกลุ่มทดลองที่ปฏิบัติหน้าที่ในรอบเช้า จำนวน 30 คน
7. สื่อและเครื่องมือ	สไลด์นำเสนอข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า - วิดีโอประกอบ - แบบฟอร์มวิเคราะห์โปรไฟล์ลูกค้า - กรณีศึกษา - คู่มือการสื่อสาร - แบบฟอร์มฝึก Role playing - วิดีโอสาธิตการสื่อสารที่เหมาะสม - บัญชีทดลองใช้งาน WeChat, Xiaohongshu - คู่มือออกแบบโปรโมชัน

หัวข้อ	รายละเอียดโมดูลที่ 6
	- ตัวอย่างคอนเทนต์โซเชียลมีเดีย
8. ระยะเวลา	รวม 720 นาที (12 ชั่วโมง = 2 วัน)
9. งบประมาณ	รับผิดชอบโดยสถานประกอบการ (ห้องประชุม อุปกรณ์ อาหารว่าง ค่าวิทยากร)
10. เกณฑ์การประเมินผล	- Pre-test ก่อนอบรม - Post-test หลังอบรม - การประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมจากพนักงานผู้เข้ารับการอบรม - การประเมินความพึงพอใจโดยลูกค้าชาวจีนหลังจากพนักงานผ่านการฝึกอบรม - การประเมินความเหมาะสมของโมดูลโดยพนักงานผู้เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม



ภาคผนวก ค

แบบทดสอบ

แบบประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมอบรมทั้ง 6 Modules
หัวข้อ: การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าชาวจีน
ของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

เพื่อประเมินความพึงพอใจของพนักงานต่อการเข้ารับการฝึกอบรมตลอดทั้ง 6 Modules

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ

ตำแหน่งงาน:

- ☐ แผนกต้อนรับ
- ☐ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม
- ☐ แผนกแม่บ้าน
- ☐ แผนกขาย
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ): _____

ระยะเวลาที่ทำงานในโรงแรม:

- ☐ น้อยกว่า 1 ปี
- ☐ 1-3 ปี
- ☐ 4-7 ปี
- ☐ มากกว่า 7 ปี

ระดับการมีประสบการณ์ในการให้บริการลูกค้าชาวจีน:

- ☐ ไม่มีประสบการณ์
- ☐ มีบ้างเล็กน้อย
- ☐ ปานกลาง
- ☐ มาก
- ☐ มากที่สุด

ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมอบรมทั้ง 6 Modules

โปรดให้คะแนนความพึงพอใจของท่านในการเข้าร่วมอบรมทั้ง 6 Modules โดยใช้ระดับคะแนนดังนี้

5 = พึงพอใจมากที่สุด

4 = พึงพอใจมาก

3 = พึงพอใจปานกลาง

2 = ควรปรับปรุง

1 = ไม่พึงพอใจ

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
1. การบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน						
1.1 เนื้อหาและกิจกรรมใน Module 1 ตรงกับความต้องการของคุณหรือไม่?						
1.2 คุณรู้สึกว่าการช่วยเหลือเพิ่มความมั่นใจในการให้บริการลูกค้าชาวจีนหรือไม่?						
1.3 วิทยากรสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างน่าสนใจและเข้าใจง่ายหรือไม่?						
1.4 ระยะเวลาของการอบรมใน Module นี้เหมาะสมหรือไม่?						
1.5 คุณสามารถนำทักษะและความรู้จาก Module นี้ไปใช้ในงานของคุณได้จริงหรือไม่?						
2. การฝึกอบรมด้านภาษาจีนเพื่อการสื่อสารและบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน						
2.1 คุณรู้สึกว่าการฝึกอบรมด้านภาษาจีนมีประโยชน์ต่อการทำงานของคุณหรือไม่?						
2.2 การฝึกการออกเสียงและการใช้วลีพื้นฐานในภาษาจีนมีความชัดเจนและเข้าใจง่ายหรือไม่?						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็น เพิ่มเติม (ถ้ามี)
2.3 คุณพึงพอใจกับกิจกรรมการฝึกปฏิบัติ เช่น การสนทนาจำลอง หรือการทบทวนคำศัพท์หรือไม่?						
2.4 คุณคิดว่าเนื้อหาภาษาจีนมีความครอบคลุมเพียงพอสำหรับการใช้งานในชีวิตจริงหรือไม่?						
2.5 คุณรู้สึกว่าคุณผู้สอนมีความเชี่ยวชาญ และสามารถตอบคำถามได้ชัดเจนหรือไม่?						
3. ฝึกอบรมทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน						
3.1 กิจกรรมการฝึกทักษะการบริการช่วยให้คุณเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าชาวจีนมากขึ้นหรือไม่?						
3.2 คุณคิดว่าเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการบริการพิเศษ (WOW Service) มีประโยชน์ต่อการทำงานหรือไม่?						
3.3 คุณรู้สึกว่าการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง ช่วยพัฒนาทักษะการบริการของคุณหรือไม่?						
3.4 คุณสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าไปปรับใช้ในการทำงานได้จริงหรือไม่?						
3.5 คุณพึงพอใจกับคำแนะนำและคำปรึกษาที่ได้รับจากวิทยากรหรือไม่?						
4. เปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน						
4.1 คุณรู้สึกว่าการแก้ปัญหา และการสร้าง WOW Moment ตรงกับความต้องการหรือไม่?						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็น เพิ่มเติม (ถ้ามี)
4.2 การฝึกปฏิบัติการเจรจาและแก้ปัญหา มีประสิทธิภาพและช่วยเพิ่มทักษะของคุณ หรือไม่?						
4.3 คุณคิดว่ากรณีศึกษาที่นำมาใช้ในการอบรม สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงหรือไม่?						
4.4 คุณพึงพอใจกับการเรียนรู้เทคนิคการเปลี่ยน วิกฤตเป็นโอกาสในการบริการลูกค้าชาวจีน หรือไม่?						
4.5 คุณสามารถนำความรู้จาก Module นี้ไปใช้แก้ไข ปัญหาในงานจริงได้หรือไม่?						
5. การบริการที่เป็นเลิศด้วยเทคโนโลยีสำหรับลูกค้า ชาวจีน						
5.1 คุณพึงพอใจกับการสอนการใช้งาน WeChat, Alipay และเทคโนโลยีดิจิทัลอื่น ๆ หรือไม่?						
5.2 การฝึกปฏิบัติการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล เช่น QR Code และแพลตฟอร์มการชำระเงิน ช่วยเพิ่มทักษะของคุณหรือไม่?						
5.3 คุณคิดว่าเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการรีวิว ออนไลน์และการใช้โซเชียลมีเดียเหมาะสมกับ การทำงานหรือไม่?						
5.4 คุณพึงพอใจกับคำแนะนำเกี่ยวกับการปรับตัว ในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลหรือไม่?						
5.5 คุณสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการบริการ ด้วยเทคโนโลยีไปเพิ่มประสิทธิภาพในงาน ได้จริงหรือไม่?						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
6. กลยุทธ์การขายเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน						
6.1 เนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและความคาดหวังของลูกค้าชาวจีนช่วยให้คุณเข้าใจลูกค้ามากขึ้นหรือไม่?						
6.2 คุณคิดว่ากลยุทธ์การขายที่สอนใน Module นี้ช่วยเพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?						
6.3 คุณพึงพอใจกับการฝึกปฏิบัติ เช่น การออกแบบโปรโมชัน และการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวหรือไม่?						
6.4 คุณสามารถนำเทคนิคที่เรียนรู้มาใช้ในการส่งเสริมการขายและการตลาดได้หรือไม่?						
6.5 การฝึกอบรมใน Module นี้ ช่วยเพิ่มความมั่นใจในการขายและการสื่อสารกับลูกค้าชาวจีนหรือไม่?						

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

1. โดยภาพรวมคุณพึงพอใจกับการจัดอบรมทั้ง 6 Modules หรือไม่?

.....

2. คุณคิดว่าการอบรมช่วยพัฒนาทักษะการทำงานของคุณได้มากน้อยเพียงใด?

.....

3. คุณมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการฝึกอบรมในอนาคตหรือไม่?

.....

ขอบคุณที่สละเวลาในการกรอกแบบประเมิน

ข้อคิดเห็นของท่านจะช่วยให้เราปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น

แบบประเมินความเป็นประโยชน์ทั้ง 6 Modules สำหรับพนักงานผู้เข้ารับการฝึกอบรม

หัวข้อ: การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการสำหรับลูกค้าชาวจีน
ของโรงแรมแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

เพื่อประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาและการฝึกอบรมใน Module 1-6

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ

ตำแหน่งงาน:

- ☐ แผนกต้อนรับ
- ☐ แผนกอาหารและเครื่องดื่ม
- ☐ แผนกแม่บ้าน
- ☐ แผนกขาย
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ): _____

ระยะเวลาที่ทำงานในโรงแรม:

- ☐ น้อยกว่า 1 ปี
- ☐ 1-3 ปี
- ☐ 4-7 ปี
- ☐ มากกว่า 7 ปี

ระดับการมีประสบการณ์ในการให้บริการลูกค้าชาวจีน:

- ☐ ไม่มีประสบการณ์
- ☐ มีบ้างเล็กน้อย
- ☐ ปานกลาง
- ☐ มาก
- ☐ มากที่สุด

ส่วนที่ 2 การประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาและการฝึกอบรมในแต่ละ Module

โปรดให้คะแนนความเหมาะสมของเนื้อหาและการฝึกอบรมในแต่ละ Module โดยใช้ระดับคะแนนดังนี้

5 = พึงพอใจมากที่สุด

4 = พึงพอใจมาก

3 = พึงพอใจปานกลาง

2 = ควรปรับปรุง

1 = ไม่พึงพอใจ

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
1. การบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน						
1.1 เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?						
1.2 การฝึกอบรมสามารถนำไปปรับใช้กับงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่?						
1.3 วิธีการสอน (เช่น การบรรยายและกิจกรรม) มีความน่าสนใจ และช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ดีหรือไม่?						
1.4 เนื้อหาเหมาะสมกับบทบาทและหน้าที่ในงานบริการของท่านหรือไม่?						
1.5 ระยะเวลาและวิธีการอบรมเหมาะสมกับความลึกซึ้งของเนื้อหาหรือไม่?						
2. การฝึกอบรมด้านภาษาจีนเพื่อการสื่อสารและบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน						
2.1 เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้ท่านสามารถใช้ภาษาจีนเพื่อสื่อสารกับลูกค้าได้จริงหรือไม่?						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็น เพิ่มเติม (ถ้ามี)
2.2 การฝึกปฏิบัติ (เช่น Role play หรือ Conversation drills) มีความเหมาะสมและช่วยเพิ่มทักษะการใช้ภาษาจีนหรือไม่?						
2.3 พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงและเข้าใจการฝึกอบรมได้หรือไม่?						
2.4 การฝึกอบรมช่วยเสริมความมั่นใจในการสื่อสารภาษาจีนกับลูกค้าหรือไม่?						
2.5 เนื้อหาเหมาะสมกับระดับพื้นฐาน หรือความต้องการในการพัฒนาทักษะของท่านหรือไม่?						
3. ฝึกอบรมทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน						
3.1 เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะการให้บริการได้อย่างแท้จริงหรือไม่?						
3.2 การฝึกอบรมช่วยสร้างความเข้าใจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?						
3.3 วิธีการอบรม (เช่น Workshop และ Case studies) ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงลึกหรือไม่?						
3.4 ท่านรู้สึกว่าจะสามารถนำเทคนิคที่ได้เรียนรู้ไปใช้ปรับปรุงการบริการได้จริงหรือไม่?						
3.5 ระยะเวลาและวิธีการฝึกอบรมเหมาะสมกับการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของท่านหรือไม่?						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
4. เปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน						
4.1 เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยให้เข้าใจการจัดการปัญหาและข้อร้องเรียนของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?						
4.2 การฝึกอบรมช่วยเพิ่มความสามารถในการเปลี่ยนสถานการณ์ที่ไม่พอใจให้กลายเป็นความประทับใจได้หรือไม่?						
4.3 พนักงานรู้สึกมั่นใจมากขึ้นในการจัดการสถานการณ์ที่ท้าทายหลังการฝึกอบรมหรือไม่?						
4.4 กิจกรรม Role play และ Simulation มีความเหมาะสมและสร้างประโยชน์ต่อการเรียนรู้หรือไม่?						
4.5 เนื้อหาและวิธีการสอนเหมาะสมกับลักษณะงานบริการของท่านหรือไม่?						
5. การบริการที่เป็นเลิศด้วยเทคโนโลยีสำหรับลูกค้าชาวจีน						
5.1 เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยเพิ่มความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริการลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?						
5.2 การฝึกอบรมช่วยเพิ่มทักษะการใช้แอปพลิเคชัน (เช่น WeChat, Alipay) ในงานบริการหรือไม่?						
5.3 การสาธิตและการฝึกปฏิบัติช่วยให้พนักงานเข้าใจวิธีการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่?						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็น เพิ่มเติม (ถ้ามี)
5.4 พนักงานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยี ช่วยเพิ่มคุณภาพและความสะดวก ในการบริการได้จริงหรือไม่?						
5.5 การฝึกอบรมเหมาะสมกับแนวโน้มการบริการ ยุคใหม่และความต้องการของลูกค้าชาวจีน หรือไม่?						
6. กลยุทธ์การขายเพื่อสร้างความประทับใจ สำหรับลูกค้าชาวจีน						
6.1 เนื้อหาการฝึกอบรมช่วยเพิ่มความเข้าใจ ในพฤติกรรม การซื้อ และความคาดหวัง ของลูกค้าชาวจีนได้ดีหรือไม่?						
6.2 การฝึกอบรมช่วยเพิ่มทักษะการขายที่สร้าง ความประทับใจและความไว้วางใจให้ลูกค้า ได้หรือไม่?						
6.3 พนักงานรู้สึกว่าการขายที่ได้เรียนรู้ สามารถนำไปใช้เพิ่มยอดขายได้จริงหรือไม่?						
6.4 การออกแบบโปรโมชั่นและกิจกรรม ในระหว่างการฝึกอบรม ช่วยให้พนักงาน สามารถคิดกลยุทธ์ได้อย่างสร้างสรรค์หรือไม่?						
6.5 การฝึกอบรมช่วยสร้างทักษะที่ทำให้พนักงาน สามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับ ลูกค้าชาวจีนได้หรือไม่?						

การประเมินผลกระทบเชิงบวกหลังเข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรมโดยลูกค้าชาวจีน

评估和跟踪中国客户参加培训计划后的效果

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

第一部分: 客户基本信息

อายุของท่าน: 您的年龄 :

- ☐ ต่ำกว่า 20 ปี / 少于 20 岁
- ☐ 21-30 ปี / 21-30 岁
- ☐ 31-40 ปี / 31-40 岁
- ☐ 41-50 ปี / 41-50 岁
- ☐ มากกว่า 50 ปี / 50 岁以上

จุดประสงค์การเข้าพัก: 入住目的 :

- ☐ การท่องเที่ยว / 旅游
- ☐ การทำงาน / 工作
- ☐ การพักผ่อนอื่น ๆ (โปรดระบุ):/ 其他休闲目的 (请注明) :

ระยะเวลาการเข้าพัก: 入住时长

- ☐ 1-3 วัน / 1-3 天
- ☐ 4-7 วัน / 4-7 天
- ☐ มากกว่า 7 วัน / 4-7 天

ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจต่อพนักงาน / 第二部分: 对员工服务满意度的评价

กรุณาให้คะแนนความพึงพอใจของท่านต่อการบริการของพนักงาน โดยใช้ระดับคะแนน

1-5 请根据您的满意度对员工服务评分，评分等级为 1-5：

非常满意 = 5 = ดีเยี่ยม
 满意 = 4 = ดี
 一般 = 3 = ปานกลาง
 有待改进 = 2 = ควรปรับปรุง
 不满意 = 1 = ไม่พึงพอใจ

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
1. การบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 针对中国客户的卓越服务						
1.1 พนักงานสามารถแสดงความเข้าใจ ในความต้องการและความคาดหวังของคุณได้ดี 员工能很好地理解您的需求和期望。						
1.2 การให้บริการของพนักงานมีความรวดเร็ว และตอบสนองได้ตรงจุด 员工的服务快速且精准。						
1.3 พนักงานสามารถใช้ภาษากายและน้ำเสียง ที่แสดงถึงความใส่ใจและเคารพ 员工的肢体语言和语气表现出关怀和尊重						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็น เพิ่มเติม (ถ้ามี)
1.4 คุณรู้สึกพึงพอใจกับการให้บริการโดยรวม ของพนักงาน 您对员工整体的服务感到满意。						
1.5 พนักงานสามารถสร้างประสบการณ์ ที่น่าประทับใจระหว่างการให้บริการได้ 员工在服务过程中能够为您创造 令人印象深刻的体验。						
2. การฝึกอบรมด้านภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร และบริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 中文交流与卓越服务培训						
2.1 พนักงานสามารถสื่อสารภาษาจีนพื้นฐาน ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม 员工能够正确并得体地使用基本 中文交流。						
2.2 คุณพึงพอใจกับความชัดเจนและความเข้าใจ ในข้อมูลที่พนักงานสื่อสาร 您对员工提供的信息清晰度和理 解程度感到满意。						
2.3 พนักงานสามารถตอบคำถามหรือข้อสงสัย ของคุณได้อย่างสุภาพ 员工能够礼貌地回答您的问题或 疑问						
2.4 พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารที่ช่วย ลดปัญหาความไม่เข้าใจได้ดี						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
员工在交流中有效减少了可能的误解						
2.5 คุณรู้สึกว่าพนักงานสามารถปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ 员工能够根据不同的场景调整交流方式。						
3. ฝึกอบรมทักษะการให้บริการที่เป็นเลิศสำหรับลูกค้าชาวจีน 针对中国客户的卓越服务技能培训						
3.1 พนักงานมีความสุภาพและเอาใจใส่ในระหว่างการให้บริการ 员工在服务过程中表现出礼貌和关怀						
3.2 การให้บริการของพนักงานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของคุณได้อย่างสมบูรณ์ 员工的服务能够充分满足您的需求。						
3.3 พนักงานสามารถช่วยแก้ไขปัญหา หรือข้อร้องเรียนได้อย่างมืออาชีพ 员工能够专业地解决问题或投诉。						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็น เพิ่มเติม (ถ้ามี)
3.4 คุณรู้สึกว่าคุณพนักงานมีทักษะในการจัดการ สถานการณ์ที่ซับซ้อนหรือยากลำบาก 您觉得员工能有效处理复杂或困难的情况。						
3.5 คุณพึงพอใจกับระดับความเป็นมืออาชีพ ของคุณพนักงานในการให้บริการ 您对员工服务的专业水平感到满意。						
4. เปลี่ยนปัญหาเป็นความประทับใจสำหรับลูกค้า ชาวจีน 将问题转化为印象深刻的服务体验						
4.1 พนักงานสามารถระบุและเข้าใจปัญหาของคุณ ได้อย่างรวดเร็ว 员工能迅速识别并理解您的问题。						
4.2 คุณพึงพอใจกับวิธีการที่พนักงานใช้ ในการแก้ไขปัญหา 您对员工解决问题的方式感到满意。						
4.3 พนักงานแสดงให้เห็นถึงความสุภาพ และความใส่ใจในการจัดการกับปัญหา 员工在处理问题时表现出礼貌和关怀						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
4.4 พนักงานสามารถเปลี่ยนสถานการณ์ที่ไม่พึงพอใจให้เป็นความประทับใจได้ 员工能够将不满意的情况转化为令人满意的体验。						
4.5 คุณรู้สึกว่าการจัดการกับปัญหาได้ดีกว่าที่คาดหวัง 您觉得员工的处理方式超出了您的期望。						
5. การบริการที่เป็นเลิศด้วยเทคโนโลยีสำหรับลูกค้าชาวจีน 通过技术为中国客户提供卓越服务						
5.1 พนักงานสามารถช่วยให้คุณใช้งานเทคโนโลยีเช่น WeChat หรือ Alipay ได้อย่างราบรื่น 员工能够帮助您顺畅使用如微信或支付宝等技术工具。						
5.2 คุณพึงพอใจกับการใช้ QR Code หรือเครื่องมือดิจิทัลอื่น ๆ เพื่อช่วยในการให้บริการ 您对使用二维码或其他数字工具的服务感到满意。						
5.3 พนักงานสามารถอธิบายขั้นตอนการใช้งานเทคโนโลยีได้ชัดเจน 员工能清晰地解释技术使用步骤。						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
5.4 พนักงานช่วยจัดการกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีได้อย่างมืออาชีพ 员工专业地解决与技术相关的问题。						
5.5 คุณรู้สึกว่าการให้บริการด้วยเทคโนโลยีช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้บริการ 您觉得技术服务提升了您的便利性和体验感。						
6. กลยุทธ์การขายเพื่อสร้างความประทับใจสำหรับลูกค้าชาวจีน 针对中国客户的销售策略						
6.1 พนักงานสามารถแนะนำสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของคุณ 员工能够推荐符合您需求的产品和服务。						
6.2 คุณพึงพอใจกับความรู้และความเชี่ยวชาญของพนักงานในการแนะนำบริการ 您对员工推荐服务时的知识和专业水平感到满意。						
6.3 พนักงานสามารถแนะนำโปรโมชั่น หรือข้อเสนอพิเศษที่น่าสนใจได้ 员工能够推荐有吸引力的促销活动或特别优惠						

หัวข้อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)
6.4 การสื่อสารของพนักงานทำให้คุณรู้สึกมั่นใจในสินค้าและบริการ 员工的沟通让您对产品和服务充满信心。						
6.5 พนักงานสามารถสร้างความประทับใจจนทำให้คุณต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง 员工的服务让您有再次光顾的意愿。						

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม 第三部分：其他意见

กรุณาระบุข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการของพนักงานที่ท่านได้รับ หรือ
ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการ 请提供您对员工服务的其他意见或改进建议：

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่สละเวลาในการกรอกแบบประเมิน

ข้อคิดเห็นของท่านจะช่วยให้เราปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น

感谢您抽出时间填写评估表，您的意见将帮助我们改进和
提升服务质量。

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายไพโรท นฤศรี
วัน เดือน ปี เกิด	20 ตุลาคม พ.ศ. 2521
สถานที่เกิด	จังหวัดอุดรธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 55/ 21 หมู่ 5 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	พ.ศ.2566-ปัจจุบัน ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) โรงแรมอมรินทร์ กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565-2566 อาจารย์สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2561-2563 ผู้จัดการทั่วไปกลุ่มโรงแรม (Group General Manager) โรงแรม Acqua Hotel, โรงแรม 247 Boutique Hotel และโรงแรม SP Boutique Hotel, พัทยา พ.ศ. 2560-2561 ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) โรงแรม The Tarna Align Resort, เกาะเต่า พ.ศ. 2557-2560 ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) โรงแรม Chantaramas Resort & Spa, เกาะพะงัน พ.ศ. 2556-2557 ผู้จัดการโรงแรม (Hotel Manager) โรงแรม See Through Boutique Resort, เกาะพะงัน พ.ศ. 2555-2556 ผู้ช่วยผู้จัดการโรงแรม (Resident Resort) โรงแรม Chantaramas Resort & Spa, เกาะพะงัน พ.ศ. 2554-2555 ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า (Front Office Manager) โรงแรม Hotel J Pattaya, พัทยา พ.ศ. 2553-2554 ผู้ช่วยพนักงานดูแลห้องพักในเรือสำราญ (Assistant State Room Steward) Carnival Cruise Line, ไมอามี, สหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2552-2553 ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า (Front Office Manager) โรงแรม Hotel J Pattaya, พัทยา

- พ.ศ. 2550-2552 ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า
(Assistant Front Office Manager)
โรงแรม Siam Bayshore Resort & Spa, พัทยา
- พ.ศ. 2549-2550 ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า
(Assistant Front Office Manager)
โรงแรม The Bayview Hotel, พัทยา
- พ.ศ. 2548-2549 เจ้าหน้าที่ประสานงานทัวร์ (Tour Coordinator)
โรงแรม The Bayview Hotel, พัทยา
- พ.ศ. 2547-2548 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสัมพันธ์
(Guest Relation Officer)
โรงแรม The Bayview Hotel, พัทยา
- พ.ศ. 2545-2547 พนักงานต้อนรับ (Receptionist)
โรงแรม The Bayview Hotel, พัทยา
- พ.ศ. 2541-2545 พนักงานเสิร์ฟ (Waiter)
โรงแรม The Bayview Hotel, พัทยา
- พ.ศ. 2537-2540 พนักงานทำความสะอาดห้องพัก (Room Boy)
โรงแรม The Montien Pattaya
- ประสบการณ์เพิ่มเติมและบทบาทอื่น ๆ
ปัจจุบัน
- เจ้าของร้าน ส้มตำอ่าวดี
 - นักวางแผนงานแต่งงาน (Wedding Planner)
 - ผู้จัดการงานอีเวนต์ (Event Manager)
- พ.ศ. 2563-2567 กรรมการสมาคมโรงแรมไทย ภาคตะวันออก
(Thai Hotels Association-Eastern Chapter, THA-E)
- พ.ศ. 2564-2565
- เจ้าของร้านกาแฟ “บ้านแสนสุข คาเฟ่”
 - เจ้าของร้าน “ส้มตำวินเทจ สเตชั่น” บางแสน
- พ.ศ. 2564 วิทยากร TEDx Burapha 2021
- พ.ศ. 2561
- ตัวแทนโรงแรม The Tarna Align Resort
 - เข้าร่วมงาน ITB Asia ณ ประเทศสิงคโปร์

ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2557	ตัวแทนจากเกาะพะงัน เข้าร่วมงาน World Travel Mart ณ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ
	พ.ศ. 2555	ผู้ช่วยพนักงานดูแลห้องพักรับรองในเรือสำราญ (Assistant State Room Steward) Carnival Cruise Line, สหรัฐอเมริกา
	พ.ศ. 2550	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
	พ.ศ. 2564	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยบูรพา
	พ.ศ. 2568	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยบูรพา

