



การทดสอบทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การ
ให้บริการของพนักงานโรงแรมและคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม

THEORETICAL TEST OF A FIVE-FACTOR THEORY OF PERSONALITY AND
POSITIVE PSYCHOLOGICAL CAPITAL INFLUENCING THE SERVICE BEHAVIOR OF
HOTEL STAFF

พัช พชรเสวีชัย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2562

การทดสอบทฤษฎีคุณภาพห้าองค์ประกอบและทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรม การให้บริการของพนักงานโรงแรมและคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม



ปริญญาานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์
สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THEORETICAL TEST OF A FIVE-FACTOR THEORY OF PERSONALITY AND
POSITIVE PSYCHOLOGICAL CAPITAL INFLUENCING THE SERVICE
BEHAVIOR OF HOTEL STAFF
AND THE DEVELOPMENT OF A BEHAVIOR DEVELOPMENT MANUAL



A Dissertation Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for DOCTOR OF PHILOSOPHY (Applied Psychology)
BEHAVIORAL SCIENCE RESEARCH INSTITUTE Srinakharinwirot University

2019

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การทดสอบทฤษฎีบุคคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การ
ให้บริการของพนักงานโรงแรมและคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม

ของ

พัช พชรเสฐียร

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.ดุษฎี โยเหลา)

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศจีมาจ ณ วิเชียร)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.นันท์ชัตต์สัณห์ สกุลพงศ์)

ชื่อเรื่อง	การทดสอบทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การให้บริการของพนักงานโรงแรมและคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม
ผู้วิจัย	พัช พชรเสฐียร
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
ปีการศึกษา	2562
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภฤ โยเหลา

งานวิจัยเรื่อง การทดสอบทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การให้บริการของพนักงานโรงแรมและคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างโดยใช้ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การให้บริการของพนักงานโรงแรม และ เพื่อสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม การให้บริการของพนักงานโรงแรม เพื่อตอบสนองจุดมุ่งหมายข้อที่ 1 ศึกษากลุ่มตัวอย่างพนักงานโรงแรมระดับปฏิบัติการในโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของสมาคมโรงแรมไทย ปี 2559 - 2560 เจาะจงฝ่ายห้องพัก (Room division) และฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages division) เฉพาะตำแหน่งงานที่ต้องพบปะและให้บริการลูกค้า จำนวน 350 คน ใช้วิธีการประมาณค่าจากพารามิเตอร์ของโมเดล สุ่มตัวอย่างจากโรงแรมที่อาสาสมัครเข้าร่วมโครงการวิจัยจำนวน 31 โรงแรม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ แบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก และแบบประเมินพฤติกรรม การให้บริการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยใช้ LISREL 8.72 และวิเคราะห์ค่าอิทธิพล (Effect size) โดยใช้สูตรของโคเฮน ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การให้บริการของพนักงานโรงแรมโดยผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก โดยบุคลิกภาพ 4 ด้าน คือ ด้านการแสดงตัว ด้านเปิดรับประสบการณ์ ด้านอ่อนโยน และด้านการมีสติรู้ผิดชอบ มีค่าอิทธิพลทางอ้อมเป็นค่าบวกเท่ากับ .10, .05, .10 และ .06 ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีเพียงตัวแปรบุคลิกภาพด้านห้วนไหวตัวเดียวเท่านั้นที่มีอิทธิพลในทางลบ โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ -.13 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตัวแปรเชิงสาเหตุทั้งหมดสามารถอธิบายได้ร้อยละ 14 เพื่อตอบสนองจุดมุ่งหมายข้อ 2 ผู้วิจัยคำนวณขนาดอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่มีต่อพฤติกรรม การให้บริการทั้ง 5 ด้าน พบว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ เป็นตัวแปรที่มีขนาดอิทธิพลสูงสุด จึงออกแบบคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม การให้บริการโดยการพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ โดยใช้กลยุทธ์ที่มุ่งความสนใจที่สิ่งที่มีคุณค่าและกลยุทธ์ที่มุ่งความสนใจไปที่กระบวนการ ชื่อว่า คู่มือการพัฒนาพฤติกรรม การให้บริการของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกและพัฒนาพนักงานใหม่ รวมถึงพัฒนาพนักงานเก่าด้วย ผลจากการวิจัยเป็นแบบจำลองที่อธิบายให้เห็นถึงกลไกการทำงานร่วมกันระหว่างทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่จะนำไปสู่พฤติกรรม การให้บริการของพนักงานโรงแรม และเพื่อนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการคัดเลือกและพัฒนาบุคลากรด้านบริการให้มีคุณสมบัติตามที่ต้องการตามโมเดล ที่ชื่อว่า พชรเสฐียรโมเดล

คำสำคัญ : บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ, ทุนจิตวิทยาเชิงบวก, คู่มือการพัฒนาพฤติกรรมพนักงานโรงแรม

Title	THEORETICAL TEST OF A FIVE-FACTOR THEORY OF PERSONALITY AND POSITIVE PSYCHOLOGICAL CAPITAL INFLUENCING THE SERVICE BEHAVIOR OF HOTEL STAFF AND THE DEVELOPMENT OF A BEHAVIOR DEVELOPMENT MANUAL
Author	PAT PACHARASATHIEN
Degree	DOCTOR OF PHILOSOPHY
Academic Year	2019
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Dusadee Yoelao

The objectives of this research are to test a Five-Factor Theory of Personality and the Positive Psychological Capital that influences the service behavior of hotel staff and the development of a behavior development manual. In terms of the first objective, the population were three hundred and fifty people working in thirty-one three-star hotels using the estimation methods from model parameters sampling from the hotels in which the volunteers participated in the research project. The instrument used in this research consisted of the measurement of Five-Factor Personality Scale and a questionnaire on Positive Psychology Capital and service behavior. The statistics used for data analysis included the analysis of the Structural Equation Modeling (SEM) by using LISREL 8.72 and the effect size analysis using the Cohen model. The results revealed that five personality factors influenced the service behavior of hotel staff through Positive Psychological Capital. Four of the five personality factors which were extraversion, openness to experience, agreeableness and conscientiousness had the positive influences equal to .10, .05, .10 and .06 with a statistical significance of .05, respectively. Only the factor of neuroticism had a negative influence of -.13 and a statistical significance at the level of .05, respectively. Furthermore, all causal variables could be explained by fourteen percent. With regard to the second objective, the researchers calculated the effect size of the influences of Positive Psychological Capital in all five elements and sub-elements of service behavior and the factor of resilience had the highest effect size in both perspectives. Then, a service behavior manual was designed to recruit and improve the service behavior of three-star hotel staff members by developing Positive Psychological Capital in terms of resilience and employing asset-focused and process-focused strategies. All of the findings could be summarized as the Pacharasathien Model, which explained all of the collaborative mechanisms between A Five-Factor Theory of Personality and Positive Psychology Capital that influenced the service behavior of hotel staff, as well as applying the research in terms of recruitment, development and the improvement of service personnel.

Keyword : Big Five Personality, Capital Good service behaviors of hotel staff, Manual of service behaviors development

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์เล่มนี้ได้แรงบันดาลใจมาจากการอยากรู้เพื่อมีโอกาสช่วยเหลือผู้คนที่ทำงานอย่างมีความสุขต่อกันในระหว่างที่มีปฏิสัมพันธ์กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบทบาท “ผู้รับบริการ” กับ “ผู้ให้บริการ” ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยเฝ้าหาคำตอบและศึกษามานานกว่า 15 ปี ทั้งในภาคการศึกษาและการปฏิบัติจริง การเรียนปริญญาเอกในสาขานี้ก็เพื่อสานต่อความมุ่งมั่นนี้ หลายครั้งที่เหตุการณ์ทั้งเรื่องของตัวเองแปรที่ศึกษา ทั้งความเป็นไปได้จริงในแง่ของการพัฒนา ความเข้าใจที่องค์กรต่างๆ พึ่งมีต่อสิ่งนี้ รวมทั้งปัจจัยทางสังคมอีกหลายประการส่งผลให้แรงจูงใจของผู้วิจัยน้อยลงเรื่อยๆ จนถึงภาวะที่เรียกว่า “หมดแรงจูงใจ”

หากแต่ผู้วิจัยพยายามจะสร้างแรงจูงใจให้กลับมาอีกครั้งด้วยเหตุผลเพียงเพราะความซาบซึ้งในความไว้วางใจและความเมตตากรุณาของ รศ. ดร. ดุษฎี โยเหลา ที่มีต่อผู้วิจัยมาโดยตลอดระยะเวลา 6 ปีของการศึกษาปริญญาเอก อ.ดร. นิยะดา จิตต์จรัส ซึ่งเป็นผู้พยายามช่วยค้นหามิติของการศึกษาในตัวแปรที่ผู้วิจัยสนใจและช่วยตรวจเครื่องมือวัด รศ. ประณต เค้าฉิม อาจารย์ผู้มีความเมตตาในการช่วยรับฟังความคิด ช่วยแลกเปลี่ยนมุมมองทางทฤษฎีที่สำคัญในการศึกษาครั้งนี้ ช่วยตรวจเครื่องมือวัดและเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคู่มือ (ในบทบาทของนักจิตวิทยา) ผศ. ดร. ธนิตา จุลวนิชย์พงษ์ เป็นอาจารย์ที่ยินดีมากๆ ในการช่วยตรวจเครื่องมือวัดและผู้เชี่ยวชาญตรวจคู่มือ (ในบทบาทของผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างคู่มือและปฏิบัติจริง) อ. ผศ. ญาณิสสา บุรณะชัย ผู้คอยให้กำลังใจและมีความเมตตาในการช่วยเหลือการพัฒนาศักยภาพด้านที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถผ่านเกณฑ์การเป็นนิสิตระดับปริญญาเอกได้ ผศ. ดร. วิชญญา วัฒนโธ ประธานสอบเค้าโครงปริญญาานิพนธ์ และ รศ. ดร. ศจีมาจ ญวิเชียร ประธานสอบปริญญาานิพนธ์ 5 บท อาจารย์ทั้งสองท่านมีคุณสมบัติของความเป็นครูซึ่งเป็นผู้ที่ควรได้รับเกียรติอย่างยิ่ง คุณพลพรรค เรืองเดชฤทธิกุล ผู้จัดการโรงแรมในเครือ Myhotel & Mybed ผู้ให้ความช่วยเหลือในฐานะผู้เชี่ยวชาญตรวจคู่มือ (ในบทบาทของผู้จัดการโรงแรม) รวมทั้งเจ้าของโรงแรม ผู้จัดการโรงแรมทุกแห่งที่กรุณาให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยให้ผ่านพ้นไปด้วยดี กัลยาณมิตรทุกท่านที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ด้วยความรู้สึกซาบซึ้งในความมีเมตตากรุณา มิไม่ตรีจิตต่อผู้วิจัยครั้งนี้

สุดท้ายขอขอบพระคุณ อ. ดร. ตรวระ เทศศิริ คู่ชีวิตผู้ซึ่งอยู่เคียงข้างในทุกๆ สถานการณ์ทั้งดีและเลวร้าย คอยมอบกำลังใจ ให้เกียรติ มอบความรักและความเมตตาให้ผู้วิจัยโดยปราศจากเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และเป็นเพียงคนเดียวที่มีความเข้าใจในความเป็นตัวตนของผู้วิจัยมากที่สุด

หากผลการวิจัยนี้จะมีผู้นำไปใช้ประโยชน์ทั้งเรื่องการทำงานและหรือเรื่องเรียน ผลบุญอุทิศที่เกิดขึ้นจากความรู้นี้ผู้วิจัยขอเผ่นบุญกุศลไปให้ผู้ที่ถูกกล่าวมาข้างต้นนี้ทั้งหมด ขอให้ท่านมีความเจริญอกงามในทุกๆ ด้านของชีวิต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	6
ความสำคัญของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
1. ความรู้และหลักการเกี่ยวกับการโรงแรม.....	14
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม	23
2.1 ความหมายของพฤติกรรมกรให้บริการ	23
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการและคุณภาพของการบริการ	25
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรให้บริการ.....	46
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ	47
3.1 ความหมายของบุคลิกภาพ	47

3.2	ความเป็นมาของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	51
3.3	ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคเคอร์	53
3.4	การวัดบุคลิกภาพ	71
3.5	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรม การให้บริการ.....	73
4.	ทุนจิตวิทยาเชิงบวก.....	75
4.1	จุดกำเนิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	76
4.2	ความหมายของทุนจิตวิทยาเชิงบวก	77
4.3	องค์ประกอบของทุนจิตวิทยาเชิงบวก.....	78
4.4	การพัฒนาทุนทางจิตวิทยา	79
4.5	การวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก.....	93
4.6	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับทุนจิตวิทยา เชิงบวก.....	94
4.7	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนจิตวิทยาเชิงบวกกับพฤติกรรมการ บริการ	94
5.	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมบริการ.....	96
5.1	ความหมายของคู่มือ	96
5.2	แนวทางในการเขียนคู่มือ	97
5.3	การประเมินคู่มือ.....	98
5.4	ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์.....	102
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	109
	วิธีการดำเนินการวิจัยระยะที่ 1	109
1.	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	109
2.	การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ.....	110
3.	ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	120

4.การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	121
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	125
ผลการวิจัยระยะที่ 1	125
ผลการวิจัยระยะที่ 2	168
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	181
การวิจัยเรื่อง “การทดสอบทฤษฎีบุคคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมและคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม” โดยเป็นการวิจัยที่มีสองระยะ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้	181
สรุปและอภิปรายผลการวิจัยระยะที่ 1	182
สรุปและอภิปรายผลการวิจัยระยะที่ 2	186
ข้อจำกัดทางการวิจัย	191
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย	191
บรรณานุกรม	192
ภาคผนวก.....	204
ประวัติผู้เขียน.....	241

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 ลักษณะการให้บริการและพฤติกรรมกรให้บริการของนักการศึกษาไทยและต่างประเทศ	43
ตาราง 2 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ Costa & McCrae (1992) และ Bernet-Matinez & John (1998).....	70
ตาราง 3 สรุปจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากวิธีการเก็บข้อมูล.....	110
ตาราง 4 ตัวอย่างข้อคำถามแบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ.....	111
ตาราง 5 ตัวอย่างข้อคำถามแบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก.....	114
ตาราง 6 ตัวอย่างข้อคำถามแบบวัดพฤติกรรมกรให้บริการ.....	117
ตาราง 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม.....	127
ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าความเบ้ (Skewness) และ ค่าความ โด่ง (Kurtosis).....	131
ตาราง 9 สรุปบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่าง.....	133
ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษา...	134
ตาราง 11 ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองในกลุ่มรวม เปรียบเทียบก่อนและหลังปรับ แบบจำลอง.....	136
ตาราง 12 คะแนนมาตรฐานผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) อิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ของตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรผลและค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงสาเหตุยกกำลังสองของตัวแปร (Square Multiple Correlation : R²) ของแบบจำลองปรับแก้.....	143
ตาราง 13 คะแนนมาตรฐานผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) อิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ของตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรผลและค่า	

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงสาเหตุยกกำลังสองของตัวแปร (Square Multiple Correlation : R^2) ของแบบจำลองปรับแก้	150
ตาราง 14 คะแนนมาตรฐานผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพล ทางอ้อม (Indirect Effect) อิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ของตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรผล และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงสาเหตุยกกำลังสองของตัวแปร (Square Multiple Correlation : R^2)ของแบบจำลองปรับแก้	157
ตาราง 15 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกทั้งในรายด้านและภาพรวม ระหว่าง พนักงานที่มี พฤติกรรมการให้บริการรายด้านแตกต่างกัน	159
ตาราง 16 แสดงแผนการอบรมพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวกให้กับพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว	175
ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	221
ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก	226
ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถามแบบวัดพฤติกรรมการให้บริการ.....	230
ตาราง 20 แสดงผลการประเมินคู่มือจากผู้เชี่ยวชาญ.....	237

สารบัญรูปร่าง

หน้า

ภาพประกอบ 1 แสดงการประเมินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวัง ของ ผู้รับบริการ.....	30
ภาพประกอบ 2 แสดงช่องว่างคุณภาพบริการ	31
ภาพประกอบ 3 ส่วนประกอบของระบบบุคลิกภาพตามทฤษฎีห้าองค์ประกอบ สี่เหลี่ยมผืนผ้าแทน ส่วนประกอบของแกนกลาง วงรีแทนส่วนประกอบรอบนอก	58
ภาพประกอบ 4 ปฏิบัติการของระบบบุคลิกภาพตามทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ.....	61
ภาพประกอบ 5 แสดงแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเหตุและผลการรวมกันของโมเดล บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคแคร์กับทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การให้บริการ	107
ภาพประกอบ 6 แสดงขั้นตอนการสร้างคู่มือพัฒนาพฤติกรรมบริการของพนักงานโรงแรม	122
ภาพประกอบ 7 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองตามสมมติฐาน.....	138
ภาพประกอบ 8 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองทางเลือกที่ 1.....	142
ภาพประกอบ 9 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองทางเลือกที่ 2.....	146
ภาพประกอบ 10 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองทางเลือกที่ 3.....	149
ภาพประกอบ 11 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองทางเลือกที่ 4.....	153
ภาพประกอบ 12 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองทางเลือกที่ 5.....	156

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับเป็นเวลากว่า 3 ทศวรรษแล้วนับตั้งแต่ประเทศไทยได้ประกาศให้การท่องเที่ยวเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2534-2538) ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน การท่องเที่ยวสร้างมูลค่ากว่า 17% ของ GDP หรือกว่า 2.5 ล้านล้านบาท โดยธุรกิจท่องเที่ยวเชื่อมโยงโดยตรงกับธุรกิจโรงแรมและสถานที่พัก ทำให้เกิดการจ้างงานถึง 4-5 ล้านคนทั่วประเทศ (ที่มากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา : 2560) โดยในปี 2561 ธุรกิจโรงแรมได้รับอานิสงส์จากภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัว คาดว่ามูลค่าตลาดธุรกิจโรงแรมน่าจะอยู่ที่ 600,000-615,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 4.5-7.1 จากปี 2560 (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2561) เพราะธุรกิจโรงแรมถือเป็นหนึ่งในโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการให้บริการสถานที่เพื่อจัดงานประชุมสัมมนา ไปจนถึงงานประชุมระดับนานาชาติ ซึ่งยากจะปฏิเสธได้ว่าทุนหลักที่ธุรกิจโรงแรมใช้ในการขับเคลื่อนบริการ คือ **ทุนมนุษย์** (Human Capital) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้แต่พัฒนาได้ (Schultz, 1961) ดังนั้นการบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ของโรงแรมจึงต้องทำการค้นหาและคัดสรรบุคลากรผู้เป็นเจ้าของทุนที่มีคุณสมบัติตรงตามต้องการประกาศผ่านหน้าเว็บไซต์สมัครงานชื่อดังอย่าง JobsDB คุณสมบัติของคนที่เหมาะสมจะทำงานโรงแรม เป็นคนที่มีบุคลิกสุภาพอ่อนน้อม (*Courtesy is the answer*) สามารถทำงานกับคนหลายจำพวก (*Dealing with all sorts of people*) ทนแรงกดดันในการทำงาน (*Pressure of work*) รวมถึงเตรียมพร้อมรับสถานการณ์ไม่คาดคิด (*Prepared for unexpected problem*) หรืออย่าง Job4Thai ก็ระบุเช่นกันว่า **รับด่วนตำแหน่ง 47 สมัครงาน โรงแรมในกรุงเทพ ตำแหน่งงานว่าง !!!** สำหรับผู้ที่มีบุคลิกภาพดี รักงานบริการ มีความกระตือรือร้นคล่องตัว มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความสามารถด้านภาษาต่างๆ ที่สำคัญจะต้องทำงานภายใต้ภาวะความกดดันได้เป็นอย่างดี คำโฆษณารับสมัครงานนี้บ่งชี้ให้เห็นถึงความต้องการที่เจาะจงในคุณสมบัติเฉพาะของบุคลากรที่คาดหวังได้ว่าจะมีพฤติกรรมบริการที่พึงประสงค์

ด้วยพฤติกรรมบริการของผู้ให้บริการมีความสำคัญมากต่อคุณภาพและความสำเร็จของการให้บริการ ดังนั้นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่เกี่ยวข้องหรือเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริการจึงมีความสำคัญยิ่งสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาพฤติกรรมด้านบริการ ซึ่งจากหลักฐานทั้งทางทฤษฎีและงานวิจัยเชิงประจักษ์ทางจิตวิทยาจำนวนมากบ่งชี้ว่า **บุคลิกภาพ** เป็นปัจจัยสำคัญ

ที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับพฤติกรรมและผลการปฏิบัติงานของบุคคล (พัชรี ชูสมบัติ, 2553; อโนมา หอวีย์พร, 2551; ฉัตรฤดี สุขปลั่ง, 2543) หากสามารถคัดสรรคนที่มีบุคลิกภาพที่แสดงพฤติกรรม บริการเหมาะสมและมีประสิทธิภาพก็ย่อมส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของโรงแรม แต่ในสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันที่ผู้วิจัยได้พูดคุยสนทนากับผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรบุคคลในหลายโรงแรม พบว่า เมื่อโรงแรมต้องการพนักงานบริการที่ต้องพบปะโดยตรงกับลูกค้าในแต่ละตำแหน่งงานมากกว่า 1 อัตรา ทำให้มีความจำเป็นต้องรับพนักงานที่อาจมีบุคลิกภาพไม่สอดคล้องกับงานบริการเข้ามาทำงานก่อนเพื่อให้ยังคงดำเนินงานต่อไปได้ไม่ติดขัด คำถามคือเราจะมียุทธวิธีใดที่จะส่งเสริมและพัฒนาให้เขาเหล่านั้นเกิดพฤติกรรมบริการตามมาตรฐานที่คาดหวังได้

เราควรเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจให้ชัดเกี่ยวกับตัวแปรบุคลิกภาพเสียก่อน โดยทั่วไปบุคลิกภาพหมายถึงคุณลักษณะทั้งด้านกายภาพที่สังเกตได้โดยตรงเช่น รูปร่าง หน้าตา การแต่งกาย กิริยา ท่าทาง การแสดงออก ที่ปรากฏ และคุณลักษณะทางจิตใจที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง อันได้แก่จิตลักษณะต่างๆ ทั้งด้านกรู้อคิด (cognitive) เช่น ความคิดสร้างสรรค์ เซาว์นปัญญา ฯลฯ และด้านที่ไม่ใช่กรู้อคิด (nongognitive) เช่น ความสนใจ ทักษะคติ ค่านิยม อึดทนใน ทักษะ และจิตลักษณะอื่นๆ ฯลฯ อย่างไรก็ตามในแวดวงวิชาการด้านจิตวิทยา บุคลิกภาพจะมีความหมายแคบเฉพาะกว่าขึ้นกับพื้นฐานความเชื่อของนักจิตวิทยาที่แบ่งเป็นกลุ่มต่างๆ (เช่น กลุ่มจิตวิเคราะห์ กลุ่มมนุษยนิยม ฯลฯ) กลุ่มนักจิตวิทยาที่มุ่งบรรยายความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านคุณลักษณะบุคลิกภาพที่เรียกว่า Trait theorists ซึ่งมีอิทธิพลต่อการพัฒนาเครื่องมือวัดบุคลิกภาพที่มักใช้ในงานวิจัยจะให้ความหมายที่แคบลงโดยบุคลิกภาพจะหมายถึงแต่เฉพาะคุณลักษณะทางจิตด้านที่ไม่ใช่กรู้อคิด (nongognitive) เท่านั้น อีกทั้งยังเจาะจงแต่เฉพาะคุณลักษณะที่มีแนวโน้มคงที่ด้วย ทั้งนี้นิยามบุคลิกภาพซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปคือบุคลิกภาพหมายถึงแบบแผนที่คงที่ของพฤติกรรม (จิราภรณ์ ตั้งกิตติภาภรณ์, 2556) เช่น พนักงานโรงแรมคนหนึ่งแสดงออกอย่างสม่ำเสมอในขณะบริการว่า อ่อนโยน ก็จะเรียกว่าเป็นคน (มีบุคลิก) อ่อนโยน และในขณะเดียวกันพนักงานที่มีบุคลิกอ่อนโยนนี้จะมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมอ่อนโยนเสมอไม่ว่าในสถานการณ์ใดกับใครก็ตามเช่นกัน โดยนัยนี้บุคลิกภาพของบุคคลใดๆ จึงสะท้อนให้เห็นถึงแบบแผนความรู้สึกนึกคิด (พฤติกรรมภายใน) และพฤติกรรมที่แสดงออก (พฤติกรรมภายนอก) ของบุคคลนั้น

Trait theorists ได้ทำการศึกษาเพื่อหาโครงสร้างของบุคลิกภาพที่สามารถใช้บรรยายความแตกต่างระหว่างบุคคลได้โดยใช้แบบวัดบุคลิกภาพหลากหลายลักษณะวัดคนจำนวนมาก แล้วนำผลมาวิเคราะห์ห่อ้งค์ประกอบ พบผลสอดคล้องกันโดยส่วนใหญ่ เช่น Tupes & Christal

(1961,1992) Norman (1963) Goldberg (1981,1982) โดยพบว่า บุคคลจะมีความแตกต่างกันในบุคลิกลักษณะที่จัดกลุ่มกันเป็นด้านใหญ่ 5 ด้าน ที่เรียกว่า Big 5 หรือโมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five Factor Model of personality: FFM) ซึ่งอาจมีชื่อเรียกด้านหรือองค์ประกอบต่างกันบ้าง แต่ที่นิยมถูกนำมาสร้างเครื่องมือและศึกษาวิจัยมีชื่อเรียก 5 ด้านดังนี้ คือ 1) Neuroticism 2) Extraversion 3) Openness to experience 4) Agreeableness และ 5) Conscientiousness (Costa & McCrae, 1985, 1989) มีหลักฐานงานวิจัยจำนวนมากพบว่าบุคลิกภาพแบบ 5 องค์ประกอบดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน โดยพบว่าบุคลิกภาพด้าน Conscientiousness มักสัมพันธ์หรือทำนายผลการปฏิบัติงานได้เกือบทุกอาชีพ ในขณะที่บุคลิกภาพอีก 4 ด้านจะทำนายได้แตกต่างกันขึ้นกับลักษณะอาชีพ (Hurtz & Donovan, 2000 อ้างอิงจาก อโนมา หอวี่เชียร, 2551 จันทรจิรา มั่นตะพงษ์, 2546) ที่สำคัญยังพบว่าบุคลิกภาพแบบห้าองค์ประกอบสัมพันธ์หรือทำนายตัวแปรที่เชื่อมโยงกับพฤติกรรมบริการ เช่น จิตสำนึก ในการให้บริการ (Carragher, 2002) คุณภาพการบริการ (Furnham & Covenney, 1996; Lin, Chiu, & Hsieh, 2001; ฉัตรฤดี สุกปลั่ง 2543; พัชรี ชูสมบัติ 2554) ความรู้จากผลการศึกษานี้สามารถนำมาประยุกต์ในการคัดเลือกบุคลากรที่มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่เหมาะสมเข้าสู่อาชีพเพื่อให้ส่งผลต่อพฤติกรรมและผลการการทำงานที่ดีได้

จากฐานคิดสำคัญที่ว่าบุคลิกภาพเป็นแบบแผนที่คงที่ของพฤติกรรมที่สืบเนื่องมาจากพันธุกรรม นั้นทำให้บุคลิกภาพดูจะเป็นตัวแปรคงที่ที่ไม่อาจพัฒนาได้ นับตั้งแต่ช่วงหลังปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา นักจิตวิทยาจึงเริ่มหันมาสนใจเฉพาะลักษณะของบุคคลในส่วนของที่สามารถพัฒนาได้ คือ แนวคิดจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) ซึ่งยึดเอาจุดแข็งหรือคุณลักษณะทางบวกของมนุษย์เป็นจุดหลักของการพัฒนา แนวคิดนี้ได้ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กร โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้วยการค้นหาคุณลักษณะทางบวกของมนุษย์ที่มีคุณสมบัติเป็นสภาวะ (state-like) สามารถพัฒนาได้ รวมทั้งจะต้องมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงาน (Avey & Reichard et al, 2011) จากการวิจัยพบว่า มีคุณลักษณะทางจิตวิทยาทางบวกสำคัญ 4 ประการที่ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมและผลการปฏิบัติงาน (Luthans et al, 2007; Youssef & Luthans, 2008) คุณลักษณะทางจิตวิทยา 4 ประการดังกล่าวเรียกว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychological Capital: PsyCap) ซึ่งประกอบด้วย 1) ความหวัง (Hope) 2) การรับรู้ความสามารถ (Efficacy) 3) การฟื้นคืนภาวะปกติ (Resilience) และ 4) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) มีการนำตัวแปรทุนจิตวิทยานี้ไปศึกษาซึ่งพบว่า นอกจากจะส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมและผลการปฏิบัติงานแล้วยังมีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่เชื่อมโยงกับพฤติกรรมบริการ

ทำงานและผลการปฏิบัติงานด้วย เช่น ความสุขและความพึงพอใจในการทำงาน (Youssef & Luthans, 2008) พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร (Jung & Yoon, 2015) พฤติกรรมนวัตกรรมบริการ (Kim, Karatepe & Lee, 2018) คุณภาพการบริการ (เจตลักษณะ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา, 2559 ; Gupta, Shaheen, & Reddy, 2017) เป็นต้น ข้อค้นพบเหล่านี้ทำให้เห็นหนทางความเป็นไปได้ของการพัฒนาพฤติกรรมและผลการปฏิบัติงานโดยผ่านการพัฒนาตัวแปรทุนจิตวิทยาเชิงบวก เพราะทุนจิตวิทยาเชิงบวกเป็นคุณลักษณะทางจิตวิทยาที่สามารถปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาได้

โดยสรุป งานวิจัยเชิงประจักษ์บ่งชี้ว่าทั้งบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกต่างก็เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถทำนายพฤติกรรมและผลการปฏิบัติงานของบุคคลได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้ในบริบทของการคัดเลือกและพัฒนาบุคคลากรได้ คำถามที่ตามมาในบริบทของงานวิจัยนี้คือตัวแปร 2 ชุดนี้สามารถทำนายพฤติกรรมบริการของพนักงานโรงแรมได้เช่นเดียวกันหรือไม่ และที่สำคัญคือตัวแปร 2 ชุดดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกันอย่างไรในการส่งผลต่อพฤติกรรมบริการ ซึ่งจากการศึกษาในทางทฤษฎีพบว่า ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five Factor Theory of Personality) หรือเรียกย่อว่า FFT ให้สมมุติฐานในการตอบคำถามนี้ FFT เป็นทฤษฎีบุคลิกภาพในกลุ่ม Trait Theory ที่ถูกนำเสนอครั้งแรกโดย Costa & McCrae (1992) และพัฒนาให้ชัดเจนโดย McCrae & Costa (1997, 2003) สาระสำคัญของทฤษฎีกล่าวถึงการทำงานของระบบบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่เป็นแก่นของระบบ 2 กลุ่มและกระบวนการที่เป็นพลวัตเชื่อมโยงตัวแปรทั้ง 2 กลุ่มนั้นเข้าด้วยกันในลักษณะของปัจจัยเชิงเหตุและผลที่ส่งผลต่อพฤติกรรม กลุ่มตัวแปร 2 กลุ่มประกอบด้วย กลุ่มแรก คือ *ชีวประวัติเชิงปรนัย (Basic tendencies)* เป็นศักยภาพทางจิตที่เป็นนามธรรมมีอยู่ในตัวบุคคล มีจุดกำเนิดจากปัจจัยพื้นฐานทางชีววิทยา เป็นคุณลักษณะที่เห็นไม่ได้ (เทียบได้กับแนวคิด genotype ในพันธุศาสตร์) แต่สันนิษฐานได้จากการใช้เครื่องมือวัด มีลักษณะโครงสร้างที่เป็นสากลในทุกวัฒนธรรม และมีแนวโน้มคงที่โดยเฉพาะในวัยผู้ใหญ่ ประกอบด้วยบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบดังที่แจกแจงมา กลุ่มที่ 2 คือ *คุณลักษณะจากการปรับตัว (Characteristic Adaptations)* หรือเรียกย่อว่า CA เป็นปรากฏการณ์ที่ถูกวางเงื่อนไขทางวัฒนธรรม ถือเป็นส่วนที่ปรากฏของบุคลิกภาพ (เทียบได้กับแนวคิด phenotype ในพันธุศาสตร์) เป็นผลของการที่ Basic tendencies มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม จึงเป็นคุณลักษณะทางจิตที่ปรับเปลี่ยนได้ ส่วนของ CA ที่สำคัญ ได้แก่ อัตมโนทัศน์ แรงขับส่วนบุคคล และทัศนคติ ซึ่งนับว่ามีความสำคัญมากเพราะจะส่งผลโดยตรง (ร่วมกับปัจจัยภายนอก) ต่อพฤติกรรมหรือการกระทำที่บุคคลตอบโต้ต่อสถานการณ์ ในขณะที่ Basic

tendencies (บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ) จะส่งไม่ผลโดยตรงต่อพฤติกรรม แต่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมโดยผ่าน CA เท่านั้น หากนำผลการศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกกับพฤติกรรมหรือผลการปฏิบัติงานที่ได้พบทวนข้างต้นมาวิเคราะห์ความหมายเทียบเคียงกับลักษณะของตัวแปรที่กล่าวมาของ FFT จะพบว่ามีความสอดคล้องกัน โดยบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบเป็นตัวแปรเดียวกัน ส่วนทุนจิตวิทยาเชิงบวกก็เป็นคุณลักษณะทางจิตคือความรู้สึก ความคิดที่มีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนหล่อหลอมได้ตามวัฒนธรรมและการเรียนรู้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเป็นส่วนหนึ่งของ CA ได้เช่นเดียวกับ อึดมโนทัศน์ แรงขับส่วนบุคคล หรือทัศนคติ

ดังนั้นต่อคำถามที่ตั้งไว้ว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีความเชื่อมโยงกันอย่างไรในการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทำให้บริการ หากเราใช้ FFT เป็นกรอบในการทำนายก็จะได้คำตอบว่า บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกเป็นตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทำให้บริการ โดยทุนจิตวิทยาเชิงบวกส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมทำให้บริการ ส่วนบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบจะไม่ส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมทำให้บริการ แต่จะส่งผลโดยผ่านตัวแปรทุนจิตวิทยาเชิงบวกเท่านั้น หรืออีกนัยหนึ่ง ทุนจิตวิทยาเชิงบวกนอกจากจะส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมทำให้บริการแล้วยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางโดยสมบูรณระหว่างบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบและพฤติกรรมทำให้บริการด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีเป้าหมายทำวิจัยครั้งนี้เพื่อทดสอบยืนยันความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก และพฤติกรรมทำให้บริการ ซึ่งหากเป็นไปตามสมมติฐานของผู้วิจัย จะช่วยให้เรามีทางออกในการพัฒนาพฤติกรรมทำให้บริการของพนักงานโรงแรมได้โดยผ่านการพัฒนาที่ทุนจิตวิทยาเชิงบวก ซึ่งจะค้นหาคำตอบต่อไปด้วยว่าคุณลักษณะตัวใดในทุนจิตวิทยาเชิงบวก (ความหวัง, การรับรู้ความสามารถ, การฟื้นคืนภาวะปกติ, การมองโลกในแง่ดี) ที่มีค่าอิทธิพลสูงสุดต่อพฤติกรรมทำให้บริการทั้ง 5 ด้านตามแนวคิดของพาราสุรามาน (1990) ได้แก่ ลักษณะบุคลิกทางกายภาพของผู้ให้บริการ (Tangibles) ความเที่ยงตรงสม่ำเสมอในการให้บริการที่เชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ความพร้อมตอบสนองของผู้รับบริการ (Responsiveness) ทักษะและความรู้ในการให้บริการที่สร้างความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และการรู้จักใส่ใจและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) ซึ่งจะช่วยให้เราทิศทางที่แน่ชัดในการพัฒนาพฤติกรรมทำให้บริการโดยมุ่งเน้นไปที่ทุนจิตวิทยาตัวไหนที่มีอิทธิพลสูง ทั้งหมดนี้คือความตั้งใจของผู้วิจัยที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของ 2 ทฤษฎีทางจิตวิทยากับแนวคิดพฤติกรรมบริการเข้าด้วยกันในงานวิจัยเรื่อง การทดสอบทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทำให้บริการของพนักงานโรงแรมและ

คู่มือการพัฒนาพฤติกรรม โดยผลลัพธ์จากการวิจัยยังจะได้นำมาสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม การให้บริการของพนักงานโรงแรมให้สอดคล้องของคุณสมบัติของทุนมนุษย์ที่องค์กรโรงแรม มุ่งหวัง อันจะเป็นประโยชน์ต่อการยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานโรงแรม ตลอดจน ส่งเสริมกระบวนการคัดสรรและพัฒนาบุคลากรของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยในวงกว้างต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเหตุและผลของบุคลิกภาพห้า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก โดย มีความมุ่งหมายย่อยดังนี้

1.1 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านห้วนไหว ที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

1.2 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านการแสดงตัว ที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

1.3 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านเปิดรับ ประสพการณ์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

1.4 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านอ่อนโยน ที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

1.5 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิด ชอบ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

2. เพื่อสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม

ความสำคัญของการวิจัย

1. ความสำคัญในเชิงการนำไปประยุกต์ใช้เมื่อผลวิจัยทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์เชิง โครงสร้างระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก และพฤติกรรมการให้บริการ ตามบทบาทอาชีพบริการของพนักงานโรงแรม จะสามารถนำผลวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ใน กระบวนการทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตั้งแต่เริ่มต้น คือ กระบวนการคัดสรรจนถึงขั้นของ การพัฒนาเพื่อให้บุคลากรในองค์กรมีคุณสมบัติตามที่องค์กรต้องการ และสามารถนำคู่มือการ พัฒนาไปใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น

2. ความสำคัญในเชิงทฤษฎีผลการวิจัยเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ในศาสตร์ทาง จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร กล่าวคือ ในอดีตผลจากการศึกษายืนยันว่าตัวแปรบุคลิกภาพห้า

องค์ประกอบมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในอาชีพต่างๆ ที่หลากหลาย และต่อมา ทฤษฎีและผลจากการศึกษายืนยันว่าทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานเช่นเดียวกัน ซึ่งสรุปได้ว่าทฤษฎีทั้งสองนี้มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการปฏิบัติงาน และยังมีการวิจัยพบว่า ตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กับทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก แต่ยังคงขาดการศึกษาว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก และพฤติกรรมกรการปฏิบัติงาน ทั้ง 3 ตัวแปรนี้ทำงานกันในลักษณะใด ดังนั้นผลจากการวิจัยนี้จะแสดงให้เห็นถึงการ ทำงานร่วมกันระหว่างทฤษฎีทางจิตวิทยาที่สำคัญทั้งสองทฤษฎีนี้ นั่นคือ ทฤษฎีจิตวิทยา บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทฤษฎีจิตวิทยาทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยระยะที่ 1 พัฒนาและทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเหตุและผลของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรการให้บริการของ พนักงานโรงแรม

ประชากร

พนักงานโรงแรมระดับปฏิบัติการ ซึ่งปฏิบัติงานในตำแหน่งงานที่ต้องพบปะและ ให้บริการลูกค้า ที่ปฏิบัติงานในโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของสมาคมโรงแรมไทย ปี 2559 - 2560 จำนวน 219 โรงแรม

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

พนักงานโรงแรมระดับปฏิบัติการที่ปฏิบัติงานในโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของสมาคมโรงแรมไทย ปี 2559 – 2560 โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คำนวณจากข้อเสนอของไคลน์ (Kline, 2005) ที่เสนอให้กลุ่มตัวอย่างควรมีขนาด 10-20 คน ต่อหนึ่งตัวแปรสังเกต โดยในโมเดลสมการโครงสร้างของผู้วิจัยมีจำนวนตัวแปรสังเกตทั้งหมด 14 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงควรมีขนาด 140-280 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 20 คน จึงควรมีกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 280 คน ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) ประกอบด้วย

1. ใช้การสุ่มอย่างง่ายในการเลือกโรงแรมที่จะเก็บข้อมูลและได้รับความยินยอมเก็บข้อมูล จำนวน 31 โรงแรม
2. ใช้การสุ่มอย่างง่ายในการเลือกพนักงานในโรงแรมที่เก็บข้อมูล โดยมีหัวหน้างานของพนักงานที่ถูกสุ่มเป็นผู้ประเมินพฤติกรรมกรการให้บริการ โดยพนักงานที่มีลักษณะงานตามที่กำหนดไว้ คือ ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่ต้องพบปะและให้บริการลูกค้า ได้จำนวนกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีข้อมูลสมบูรณ์และมีลักษณะงานตามที่กำหนดไว้ คือ 350 คน โดยมาจากวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 177 คน คิดเป็นร้อยละ 50.57 และ จากวิธีออนไลน์จำนวน 173 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรเชิงเหตุ คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
 - 1.1 บุคลิกภาพด้านหวั่นไหว (Neuroticism)
 - 1.2 บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Extraversion)
 - 1.3 บุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์ (Openness)
 - 1.4 บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน (Agreeableness)
 - 1.5 บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness)
2. ตัวแปรคั่นกลาง คือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก
 - 2.1 การรับรู้ความสามารถ (Efficacy)
 - 2.2 ความหวัง (Hope)
 - 2.3 การฟื้นคืนภาวะปกติ (Resilience)
 - 2.4 การมองโลกในแง่ดี (Optimism)
3. ตัวแปรผล คือ พฤติกรรมตามบทบาทอาชีพบริการ
 - 3.1 ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangibles)
 - 3.2 ความเชื่อมั่นไว้ใจได้ (Reliability)
 - 3.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)
 - 3.4 การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)
 - 3.5 การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy)

การวิจัยระยะที่ 2 สร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกาให้บริการของพนักงานโรงแรม

มีลำดับการสร้างคู่มือ ซึ่งมีทั้งหมด 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคู่มือ

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวกและแนวคิด

เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยสรุปประเด็นจากผลการวิจัยระยะที่ 1 เพื่อวางแผนการออกแบบคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมให้บริการของพนักงานโรงแรม

ขั้นตอนที่ 4 เมื่อเสร็จแล้วจึงนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจากทั้ง 3 ฝ่าย คือ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวกับการบริหารบุคคลของโรงแรมระดับ 3 ดาว ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านเนื้อหา

ทางจิตวิทยาและมีความรู้เกี่ยวกับตัวแปรที่ผู้วิจัยทำการศึกษา และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับการสร้างคู่มือการพัฒนา และมีประสบการณ์ด้านการปฏิบัติจริง

ขั้นตอนที่ 5 ปรับปรุงคู่มือตามความเห็นของเชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 6 จากขั้นตอนที่ 1-5 จึงได้คู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม ต้นฉบับ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม/คุณภาพการบริการ หมายถึง พฤติกรรมที่พนักงานแสดงออกในขณะที่ให้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2) ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ 5) การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ
2. พนักงานโรงแรม/พนักงาน หมายถึง พนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่ปฏิบัติงานในส่วนของฝ่ายห้องพัก และฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ในตำแหน่งงานที่ต้องพบปะลูกค้าโดยตรง
3. หัวหน้างาน หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่ทำการประเมินผลพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานคนนั้นๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
4. คู่มือ หมายถึง สิ่งที่จะแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม ประกอบด้วยขั้นตอนและวิธีการ เพื่อให้ได้มาซึ่งพนักงานโรงแรมที่มีพฤติกรรมกรให้บริการที่ดี

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1. **บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ** หมายถึง ลักษณะของบุคคลจำแนกได้ 5 มิติ ตามโครงสร้าง Big Five Inventory (BFI) ของ Bernet-Martinez และ John (1998) ได้แก่ ด้านหวั่นไหว การแสดงตัว การเปิดรับประสบการณ์ ด้านอ่อนโยน และการมีจิตสำนึกผู้ผิดชอบ แต่ละมิติมีความหมายดังข้อความ

1.1 ด้านหวั่นไหว (Neuroticism) หมายถึง มีแนวโน้มที่จะมีอาการทางลบ เกิดความทุกข์ได้ง่าย เนื่องจากมีอาการแปรปรวน มีความคิดที่ขาดเหตุผล จัดการกับความเครียดได้ไม่ดีนัก และเสี่ยงที่จะมีปัญหาทางจิตบางประเภท

1.2 ด้านการเปิดตัว (Extraversion) หมายถึง ชอบเข้าสังคม กล้าแสดงออก ชอบอยู่กับผู้คนจำนวนมาก กระตือรือร้น ช่างพูดช่างคุย ชอบความตื่นเต้น มีแนวโน้มที่จะมีลักษณะว่าเรียมองโลกในแง่ดี

1.3 ด้านการเปิดรับประสบการณ์ (Openness) หมายถึง เป็นคนที่เต็มไปด้วยจินตนาการ ชื่นชอบศิลปะ ความสวยงาม และความหลากหลาย มีความสงสัยใคร่รู้ทั้งเรื่องของตนเองและผู้อื่น ชอบแนวคิดใหม่ๆ สิ่งแปลกใหม่และมีความนิยมที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานของสังคม และสามารถจัดการกับอารมณ์ทางบวกและทางลบของตัวเองได้ดี

1.4 ด้านอ่อนโยน (Agreeableness) หมายถึง เป็นคนที่เห็นใจผู้อื่น มองเห็นประโยชน์ของผู้อื่นเป็นหลัก กระตือรือร้นที่จะช่วยผู้อื่นและเชื่อว่าผู้อื่นก็จะช่วยเหลือตนเองเช่นกัน

1.5 ด้านการมีจิตสำนึกผู้รับผิดชอบ (Conscientiousness) หมายถึง ควบคุมตนเอง วางแผน จัดระบบระเบียบและทำงานจนสำเร็จ มีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจแน่วแน่ มักจะประสบความสำเร็จในการเรียนและการทำงาน เป็นคนที่มีศีลธรรมจรรยา ตรงต่อเวลาและเชื่อถือได้

ตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบนี้ ผู้วิจัยทำการวัดโดยใช้แบบวัดเป็นมาตราประเมินค่า 5 ระดับ ของกัญจิกา บรรลือ(2553) ต้นฉบับมี 60 ข้อ ผู้วิจัยได้นำไปทดสอบเครื่องมือวัดกับบริบทที่ทำการศึกษาและผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามหลักวิชาการ ได้ข้อคำถามจำนวน 53 ข้อ โดยผู้ตอบที่ได้คะแนนดังต่อไปนี้จะถูกประเมินให้อยู่ในระดับดังต่อไปนี้

- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1-2.5 แสดงว่ามีบุคลิกภาพด้านนั้นต่ำ
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.6-3.5 แสดงว่ามีบุคลิกภาพด้านนั้นปานกลาง
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.6 ขึ้นไป แสดงว่ามีบุคลิกภาพด้านนั้นสูง

2. ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก หมายถึง สภาวะจิตใจทางบวกของพนักงานโรงแรม ที่มีลักษณะตามองค์ประกอบ 4 ประการ ตามทฤษฎีทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกของลูธานส์และคณะ (Luthans et al, 2007) คือ

2.1 การรับรู้ความสามารถ (Efficacy) หมายถึง ความเชื่อมั่นว่าตนเองมีความสามารถและมีความพยายาม (มีแรงจูงใจ ความคิด หรือการกระทำ) ที่จะทำงานใดงานหนึ่งในบริบทใดบริบทหนึ่ง ให้ประสบความสำเร็จ

2.2 ความหวัง (Hope) หมายถึง สภาวะแรงจูงใจทางด้านบวก ซึ่งเกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกันระหว่างสองกระบวนการคือ การมีพลังขับเคลื่อนเพื่อทำเป้าหมายให้สำเร็จ และการวางแผน (และเมื่อจำเป็นก็จะปรับเปลี่ยนแผน) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น

2.3 การฟื้นคืนภาวะปกติ (Resilience) หมายถึง ความสามารถที่จะฟื้นคืนกลับสู่สภาพปกติ (หรือดีกว่าปกติ) ได้ หลังจากที่ได้เผชิญกับความทุกข์ยาก ความขัดแย้ง ความล้มเหลว หรือแม้แต่หลังจากการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านดี (เช่น ความก้าวหน้าในการทำงาน หรือความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น) ซึ่งแสดงลักษณะในรูปของ การมีคุณสมบัติที่จำเป็นต่อการเผชิญ

ความท้าทายต่างๆ (เช่น มีความเพียรพยายาม สามารถแก้ปัญหาได้ดี มีความเชี่ยวชาญ ฟังพาตนเองได้) หรือความเข้าใจในตนเองและชีวิต (เช่น รักษาความสงบสุขทางใจได้ท่ามกลางความทุกข์ยาก)

2.4 การมองโลกในแง่ดี (Optimism) หมายถึง การคาดหวังว่าสิ่งต่างๆจะเกิดขึ้นในแบบที่ตนต้องการหรือสิ่งดีๆจะเกิดขึ้นกับตนเองในอนาคต

ตัวแปรนี้ ผู้วิจัยทำการวัดโดยใช้แบบวัดเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ของลูธานส์ เรียกว่า Psychological Capital Questionnaire: PCQ จำนวน 24 ข้อ ซึ่งแปลโดย ก่อเกียรติ มหาธีรชาติกุล (2561) เพื่อให้แน่ใจว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้วัดกับกลุ่มตัวอย่าง จึงนำเครื่องมือวัดไปทำการทดลองใช้ด้วยการสัมภาษณ์เชิงปัญหา ในกลุ่มและระดับเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง นำกลับมาปรับข้อความให้เหมาะสมแต่ยังคงไว้ซึ่งความหมายเดิม ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามหลักวิชาการ ได้ข้อคำถามจำนวน 21 ข้อ โดยผู้ตอบที่ได้คะแนนดังต่อไปนี้จะถูกประเมินให้อยู่ในระดับดังต่อไปนี้

- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-2.99 แสดงว่ามีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก
ด้านนั้นต่ำ
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.00-3.99 แสดงว่ามีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก
ด้านนั้นปานกลาง
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.00 ขึ้นไป แสดงว่ามีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก
ด้านนั้นสูง

3. พฤติกรรมการให้บริการ หมายถึง พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม ตามการประเมินผลของหัวหน้างานและหรือผู้ปฏิบัติงาน โดยประเมินจากพฤติกรรม 5 ด้าน ตามแนวคิดของพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman; et al, 1990) ดังนี้

3.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นของพนักงานโรงแรม เช่น การแต่งกาย กิริยาท่าทางในขณะที่ให้บริการ/อยู่ในพื้นที่ให้บริการ การดูแลความสะอาดเรียบร้อยของร่างกาย

3.2 ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับการบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

3.4 การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะและความรู้ มีความใส่ใจ สุภาพ เป็นมิตร ซื่อสัตย์ และมีความปลอดภัยต่อผู้รับบริการ

3.5 การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการแต่ละคนที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น มีความเห็นอกเห็นใจและพร้อมที่จะช่วยเหลือ มีความอดทน ผู้รับบริการเข้าถึงและติดต่อได้ง่าย

ตัวแปรนี้ผู้วิจัยทำการวัดโดยใช้แบบวัดเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ โดยปรับปรุงมาจากแบบวัดของ พัชรี ชูสมบัติ (2554) และนำตัวอย่างข้อคำถามต้นฉบับของพาราสุรามาน (1990) ที่แสดงให้เห็นถึงการวัดพฤติกรรมการบริการทั้ง 5 ด้าน มาปรับปรุงพัฒนาและสร้างข้อคำถามเพิ่ม 15 ข้อ รวมเป็น 45 ข้อ หลังจากนั้นจึงนำไปตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามหลักวิชาการ ได้ข้อคำถามจำนวน 44 ข้อ เท่ากันทั้งฉบับสำหรับพนักงาน และฉบับสำหรับหัวหน้างานโดยผู้ตอบที่ได้คะแนนดังต่อไปนี้จะถูกประเมินให้อยู่ในระดับดังต่อไปนี้

- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยกว่าค่าเฉลี่ยลบด้วยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($< \bar{X} + 1 \text{ SD}$) ถือว่าเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการให้บริการในด้านนั้นต่ำ
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยบวกด้วยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($> \bar{X} + 1 \text{ SD}$) ถือว่าเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการให้บริการสนด้านนั้นสูง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หลักการความรู้ในเชิงทฤษฎีและงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องที่ต้องนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ครอบคลุมตามหัวข้อดังนี้

1. ความรู้และหลักการเกี่ยวกับการโรงแรม
 - 1.1 ความหมายของโรงแรม
 - 1.2 การแบ่งประเภทโรงแรม
 - 1.3 การบริหารจัดการส่วนงานของโรงแรม
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม
 - 2.1 ความหมายของพฤติกรรมกรให้บริการ
 - 2.2 คุณลักษณะของพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม
 - 2.3 การวัดพฤติกรรมกรให้บริการ
 - 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรให้บริการ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ
 - 3.1 ความหมายของบุคลิกภาพ
 - 3.2 ประวัติความเป็นมาของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
 - 3.3 ความแตกต่างระหว่างโมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
 - 3.4 การวัดบุคลิกภาพ
 - 3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมกรให้บริการ
4. ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก
 - 4.1 ความหมายของต้นทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก
 - 4.2 องค์ประกอบของต้นทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก
 - 4.3 การวัดต้นทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก
 - 4.4 การพัฒนาทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก
 - 4.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างต้นทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกกับพฤติกรรมกรให้บริการ

4.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับ
ทุนจิตวิทยาเชิงบวก

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการ

5.1 ความหมายของคู่มือ

5.2 แนวทางในการเขียนคู่มือ

5.3 การประเมินคู่มือ

5.4 ทฤษฎีแรงจูงใจ 5 ชั้นตามลำดับของมาสโลว์

1. ความรู้และหลักการเกี่ยวกับการโรงแรม

ผู้วิจัยจะนำมาใช้ในการคัดเลือกระดับมาตรฐานของโรงแรมในประเทศไทยที่จะเข้าไป
ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างพนักงานผู้ให้บริการ

1.1 ความหมายของโรงแรม

กฎหมายเกี่ยวกับโรงแรมของประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “โรงแรม”
หรือ Hotel ว่าเป็น “ที่ซึ่งให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มและที่พักหลับนอนแก่ผู้เดินทางที่
ต้องการ มีเงินและเต็มใจที่จะจ่ายเงินค่าบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จัดให้” (ปรีชา
แดงโรจน์. 2549) หากพิจารณาตามกฎหมายของอังกฤษ จะเห็นว่าโรงแรมจะต้องมีบริการทั้ง
ด้านอาหารเครื่องดื่มและที่พักให้แก่แขก โดยจะต้องรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของแขกที่มาพัก ต้อง
ปฏิบัติให้ถูกต้องตามข้อบังคับเรื่องสาธารณสุขและมาตรฐานด้านความปลอดภัย

กฎหมายไทยตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 ซึ่งยังใช้อยู่ในปัจจุบัน ได้ให้
ความหมายของ “โรงแรม” ในมาตรา 3 ว่า “โรงแรม” หมายถึง สถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับ
สินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่ประสงค์จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว หากพิจารณาความ
ตามมาตรานี้ จะเห็นว่ากฎหมายไทยถือว่าโรงแรมเป็นที่พักเท่านั้น ไม่จำเป็นต้องมีบริการด้าน
อาหารและเครื่องดื่มก็ได้ อีกนัยหนึ่งก็คือ ถ้าปลูกบ้านเพื่อให้เช่าเป็นที่พักอาศัยชั่วคราวก็ถือว่าเป็น
“โรงแรม” อย่างไรก็ดีในมาตรา 25 ของพระราชบัญญัติฉบับเดียวกัน กลับมีบททักกับที่ระบุ
เงื่อนไขของความเป็น “โรงแรม” เพิ่มเติมจากคำจำกัดความข้างต้น โดยเขียนไว้ว่า “มาตรา 25
เคหะสถานใดใช้ในบ้านพัก กล่าวคือ ใช้เฉพาะเป็นที่รับบุคคลที่ประสงค์จะไปพักอาศัยอยู่
ชั่วคราวระยะเวลาหนึ่งเดือน โดยผู้มีสิทธิให้ใช้มิได้ขายอาหารหรือเครื่องดื่มใด ๆ
แก่ผู้มาพักเป็นปกติธุระหรือแก่ประชาชน ไม่ถือว่าเป็นโรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัติ
นี้” ตามมาตรา 25 มีองค์ประกอบ 2 ประการ ได้แก่ ระยะเวลาการเช่า (อย่างน้อย 1 เดือน) และ
การไม่มีบริการประจำด้านอาหารและเครื่องดื่ม ฉะนั้นจึงทำให้ตีความหมายได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

ประการแรก ถ้าให้เช่าบ้านเป็นระยะเวลาต่ำกว่า 1 เดือน บ้านนั้นจะมีฐานะเป็นโรงแรมตามกฎหมาย ประการต่อมา ไม่ว่าจะให้เช่าบ้านเป็นระยะเวลาสั้นหรือยาวเพียงใด หากมีการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มเป็นประจำ ก็จะเข้าข่ายเป็นโรงแรมไปด้วย

หากพิจารณาตามกฎหมายไทยซึ่งเอาความตามมาตรา 3 และ มาตรา 25 มาพิจารณารวมกัน คำว่า “โรงแรม” ก็จะมีความหมายเดียวกันกับคำว่า “โรงแรม” ตามกฎหมายของประเทศอังกฤษ ดังนั้นคำว่า “โรงแรม” หมายถึง สถานที่ซึ่งให้บริการด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้เดินทาง พร้อมทั้งจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่ผู้พัก โดยจะต้องรับผิดชอบในเรื่องความปลอดภัยต่อทรัพย์สินของผู้ที่มาพัก และจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับด้านสาธารณสุขและมาตรฐานด้านความปลอดภัย ซึ่งจะได้รับเงินเป็นสิ่งตอบแทนในการให้บริการ

1.2 การแบ่งประเภทโรงแรม

การจัดว่าโรงแรมไหนอยู่ในกลุ่มไหนนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เพราะว่าการดำเนินงานโรงแรมมีความหลากหลาย จึงมีบางโรงแรมที่อาจจัดเข้าไว้ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพราะมีลักษณะบางอย่างไม่ตรงกับข้อกำหนดของแต่ละกลุ่ม อย่างไรก็ตามก็ยังมีวิธีแบ่งกลุ่มแบบกว้างๆ เหมือนกัน กล่าวคือ การแบ่งกลุ่มโรงแรมตามขนาด ตามกลุ่มเป้าหมายในเชิงการตลาด ตามระดับมาตรฐานของการบริการ และลักษณะการบริหารที่ดำเนินการโดยเจ้าของหรือโดยเครือข่ายโรงแรม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (ปรีชา แดงโรจน์. 2549)

1) การแบ่งกลุ่มโรงแรมตามขนาด

การแบ่งกลุ่มโรงแรมตามขนาดหรือจำนวนห้องพัก โดยทั่วไปนิยมจัดกลุ่มโรงแรมออกเป็น 4 กลุ่ม คือ มีจำนวนห้องพักต่ำกว่า 150 ห้อง มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 150-299 ห้อง มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 300-600 ห้อง และมีจำนวนห้องพักมากกว่า 600 ห้อง

2) การแบ่งกลุ่มโรงแรมตามกลุ่มเป้าหมายในเชิงการตลาด

เป็นการแบ่งโรงแรมตามประเภทของลูกค้าเป้าหมายหลักของโรงแรม เช่น นักธุรกิจ นักท่องเที่ยว กลุ่มประชุมสัมมนา ฯลฯ ซึ่งเป็นกลยุทธ์การบริหารเชิงการตลาดที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Markets) ว่าโรงแรมแห่งนั้นจะให้บริการแก่แขกประเภทใดเป็นหลัก การแบ่งโรงแรมในลักษณะนี้ เช่น โรงแรมประเภทธุรกิจ โรงแรมประจำท่าอากาศยาน โรงแรมประเภทพักร้อน โรงแรมเพื่อการพักผ่อน โรงแรมกาสิโน เป็นต้น

3) การแบ่งกลุ่มโรงแรมตามระดับมาตรฐานของบริการ

ระดับมาตรฐานของบริการได้จากการวัดผลประโยชน์ต่างๆ ให้แก่แขก เรื่องมาตรฐานของบริการนี้ไม่เกี่ยวกับขนาดหรือประเภทของโรงแรม ระดับมาตรฐานของบริการนั้นโดยทั่วไปจะดูได้จากอัตราค่าห้องพักในประเทศสหรัฐอเมริกาเมืองค์กรหลายแห่งที่จัดการประเมินและให้คะแนนบริการของโรงแรม และกิจการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้เดินทาง ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีที่สุด ได้แก่ สมาคมยานยนต์สหรัฐอเมริกา (The American Automobile Association: AAA) และหนังสือคู่มือการเดินทางของโมบิล (The Mobil Travel Guide) โรงแรมที่ AAA ให้คะแนนไว้สูงสุดจะได้รับเพชร 4 หรือ 5 เม็ด (Diamonds) ส่วน Mobil Travel Guide จะให้ดาว 4 หรือ 5 ดวงแก่โรงแรมที่ได้คะแนนสูงสุด การที่โรงแรมใดจะได้รับเพชร 5 เม็ด หรือดาว 5 ดวง นั้นเป็นเรื่องที่ยาก เพราะมาตรฐานที่ทั้ง 2 องค์กรตั้งไว้ค่อนข้างสูง ซึ่งรวมถึงว่าจะต้องรักษาระดับบริการให้คงที่ด้วย ในสหรัฐอเมริกา มีโรงแรมที่ได้ระดับ 4 ดาวเป็นจำนวนร้อย ๆ แห่ง ในขณะที่โรงแรมระดับ 5 ดาวนั้นมีอยู่ไม่ถึง 50 แห่ง

ส่วนในประเทศอังกฤษ ก็มีหน่วยงานหลายแห่งที่ทำการจัดกลุ่มโรงแรมซึ่งกำหนดเป็น “ดาว” เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการตามที่ตนต้องการ เช่น สมาคมยานยนต์ (Automobile Association: AA) และราชยานยนต์สโมสร (Royal Automobile Club: RAC) การจัดกลุ่มโรงแรมอย่างในกรณีของ AA นั้น นอกจากจะบอกให้รู้ว่า เป็นโรงแรมระดับใดแล้ว ยังถือว่าเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพของโรงแรมด้วย โดยสรุปการจัดกลุ่มโรงแรมโดยวิธีการให้ “ดาว” มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มดาวเดียว (*) หมายถึง โรงแรมขนาดเล็ก ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์แบบง่าย ๆ และพอใช้ได้ ห้องพักรู้อย่างน้อยมีน้ำร้อนและน้ำเย็นพร้อม มีห้องอาบน้ำและห้องส้วมพอเพียง (เป็นแบบที่แขกหลายห้องใช้รวมกัน) มีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้พัก แต่อาจไม่บริการแก่บุคคลภายนอก โรงแรมกลุ่มนี้มีบรรยากาศเป็นกันเอง และส่วนมากเจ้าของโรงแรมจะเป็นผู้ดูแลบริหารงานเอง

กลุ่มสองดาว ()** หมายถึง โรงแรมที่มีมาตรฐานด้านห้องพักสูงกว่ากลุ่มดาวเดียว มีห้องพักที่มีห้องอาบน้ำในตัวอยู่บ้าง ในห้องพักอาจมีโทรทัศน์และโทรทัศน์ให้ด้วย มีอาหารให้เลือกมากกว่า แต่ก็อาจไม่ให้บริการแก่บุคคลภายนอกเช่นเดียวกับกลุ่มดาวเดียว

กลุ่มสามดาว (*)** หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งดี ห้องพักรู้อ่างขึ้นและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากขึ้น ส่วนใหญ่จะมีห้องน้ำในตัวโดยมีอ่างอาบน้ำด้วย มีบริการ

ด้านอาหารครบเครื่องขึ้น แต่อาจไม่เปิดจำหน่ายแก่บุคคลภายนอกสำหรับมือเที่ยงและในวันสุดสัปดาห์

กลุ่มสี่ดาว (**)** หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ที่ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มีมาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะอาดสบาย อาจมีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง

กลุ่มห้าดาว (***)** หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรู ซึ่งมีมาตรฐานสากลสูงสุดในทุกด้านคือ ห้องพัก อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการให้บริการ

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า จำนวนของดาวที่แต่ละโรงแรมได้รับจะเป็นตัวบ่งบอกและสะท้อนถึง “ระดับการบริการ” ของโรงแรมนั้น แต่อย่างไรก็ตามไม่ว่าโรงแรมนั้นจะถูกจัดอันดับอยู่ในมาตรฐานระดับใด พนักงานโรงแรมซึ่งเป็นผู้ให้บริการควรมีพฤติกรรมพื้นฐานในการปฏิบัติงานให้บริการที่ดี และด้วยเหตุผลนี้การวิจัยครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการที่ดีของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว

1.3 การบริหารจัดการส่วนงานของโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมประกอบไปด้วยกิจกรรมการบริการหลายประเภท สามารถจำแนกฝ่ายตามการบริการที่สำคัญๆ ดังนี้ (ธำริทิพย์ ทากิ, 2549)

1) ฝ่ายห้องพัก (Room Division) ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบงานด้านการขายห้องพัก นำเสนอบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ผู้เข้าพัก มีแผนกหลัก 2 แผนกที่เกี่ยวข้องในการจัดการห้องพักคือ แผนกบริการส่วนหน้า และแผนกแม่บ้าน

2) ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages Division) ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดของโรงแรม เช่น บริการห้องอาหาร บาร์ การจัดเลี้ยง และบริการอาหารในห้องพัก ในฝ่ายนี้จะมี 6 แผนก (3 แผนกใหญ่ คือ แผนกภัตตาคาร แผนกจัดเลี้ยง แผนกครัว และ 3 แผนกย่อย คือ แผนกเครื่องดื่ม แผนกสจ๊วต แผนกคิลปะ)

3) ฝ่ายขายและการตลาด (Sales and Marketing Division) ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบการสร้างธุรกิจและรายได้ให้กับโรงแรม เช่น การขายห้องพัก ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม ห้องอาหาร ตลอดจนจัดทำแผนโฆษณาในรูปแบบต่างๆ อาทิ การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

4) ฝ่ายการเงินและบัญชี (Accounting Division) ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบกิจกรรมด้านการเงินทั้งหมดของโรงแรม เช่น ดูแลรายรับและรายจ่าย การจ่ายเงินตอบแทนพนักงาน การตรวจสอบ การจัดทำข้อมูล และการรายงานผลทางสถิติทางการเงิน

5) ฝ่ายช่างซ่อมบำรุง (Engineering or Maintenance division) ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบด้านการบำรุงรักษา ซ่อมแซม แก้ไข และจัดการด้านเครื่องมือเครื่องใช้ภายในและภายนอกโรงแรม อาทิ เครื่องปรับอากาศ ท่อประปา เฟอร์นิเจอร์ และตัวอาคาร เป็นต้น

6) ฝ่ายรักษาความปลอดภัย (Security division) ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบด้านความปลอดภัยเกี่ยวกับทรัพย์สินของผู้เข้าพัก พนักงานและโรงแรม

7) ฝ่ายบุคลากรและฝึกอบรม (Human resources /Personnel and Training division) ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบด้านบุคลากรทั้งหมดของโรงแรม อาทิ การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประสานงาน การมีปฏิสัมพันธ์กับบุคลากร และงานด้านกฎหมายแรงงาน

จากลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมซึ่งประกอบด้วยฝ่ายต่างๆ เหล่านี้ แต่ละฝ่ายอาจมีการแบ่งแผนกหรือหน่วยงายย่อย เพื่อความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการบริหารจัดการส่วนการทำงานเหล่านี้ของโรงแรมแต่ละแห่งอาจมีลักษณะที่แตกต่างกัน แต่โดยสรุปแล้วมักนิยมแบ่งส่วนการทำงานได้ 2 วิธี คือ (ธำรทิพย์ ทากิ. 2549)

1) ส่วนสร้างรายได้และส่วนสนับสนุน (Revenue and Support Centers)

ส่วนสร้างรายได้ หมายถึง ส่วนที่รับผิดชอบด้านการขายสินค้าและบริการ เพื่อเสริมสร้างรายได้ให้แก่โรงแรม ซึ่งจะต้องติดต่อกับแขกโดยตรง หน่วยงานที่จัดอยู่ในส่วนงานนี้ได้แก่ ฝ่ายห้องพัก และฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

ส่วนสนับสนุน หมายถึง ส่วนงานที่ไม่ได้ติดต่อประสานงานโดยตรงกับแขก มีหน้าที่คอยช่วยเหลือและประสานงานกับส่วนสร้างรายได้ เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างเรียบร้อย หน่วยงานที่อยู่ในส่วนนี้ได้แก่ ฝ่ายขายและการตลาด ฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายช่าง และฝ่ายบุคคล

2) ส่วนหน้าบ้านและส่วนหลังบ้าน (Front of the house and Back of the house)

ส่วนหน้าบ้าน หมายถึง หน่วยงานทุกหน่วยงานที่ดูแลและรับผิดชอบโดยตรงในการให้บริการผู้เข้าพักและบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการภายในโรงแรม เริ่มตั้งแต่พนักงานเปิดประตู

พนักงานขนกระเป๋า อาคันตุกะสัมพันธ์ พนักงานด้านข่าวสาร พนักงานต้อนรับ พนักงานรับจองห้องพัก พนักงานเตรียมห้องพัก และพนักงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ผู้เข้าพักมาถึง อยู่ระหว่างการพัก จนกระทั่งผู้เข้าพักคืนห้อง

ส่วนหลังบ้าน หมายถึง หน่วยงานที่ไม่ได้ติดต่อหรือประสานงานกับผู้เข้าพัก หรือบุคคลทั่วไปโดยตรง หน่วยงานเหล่านี้ได้แก่ ฝ่ายบุคลากร ฝ่ายการเงินและการบัญชี ฝ่ายซ่อมบำรุง และฝ่ายจัดซื้อ

ข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า หลักการสำคัญในการแบ่งส่วนการทำงานของโรงแรม คือ การคำนึงถึง “การให้บริการ” (Service) ซึ่งสรุปได้ว่าการแบ่งส่วนการทำงานออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ส่วนงานที่ต้องติดต่อพบปะและมีหน้าที่คอยให้บริการโดยตรงแก่ลูกค้า

ส่วนที่สอง คือ ส่วนงานที่ไม่ต้องติดต่อพบปะและคอยให้บริการแก่ลูกค้า การดำเนินงานของทั้ง 2 ส่วนนี้จะต้องเป็นไปในลักษณะที่ประสานและดำเนินไปด้วยกันอย่างสอดคล้อง จึงจะทำให้ธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม ดังนั้นส่วนงานที่เกี่ยวข้องจึงเป็นส่วนแรกหรือส่วนหน้าบ้าน คือ ทุกหน่วยงานที่ต้องติดต่อพบปะและมีหน้าที่คอยให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งได้แก่ ฝ่ายห้องพัก และฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ฝ่ายห้องพัก (Room division) ซึ่งจะประกอบด้วย 2 แผนก คือ แผนกบริการส่วนหน้า และแผนกแม่บ้าน มีรายละเอียดต่อไปนี้

1) แผนกบริการส่วนหน้า (Front office department) ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ส่วนหน้า (Front desk) และส่วนที่สอง คือ ส่วนในเครื่องแบบ (Uniformed services) ทั้งสองส่วนมีตำแหน่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้ (ปรีชา แดงโรจน์ (2549: ; อารีทิพย์ ทากิ. 2549: 81-84)

1.1) ส่วนแรก คือ ส่วนหน้า (Front desk) มีตำแหน่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1.1.1) พนักงานต้อนรับ (Receptionist) มีหน้าที่และความรับผิดชอบ คือ คอยต้อนรับลูกค้าหรือแขกผู้เข้าพักอย่างสุภาพนุ่มนวลเมื่อลูกค้ามาถึง รับลงทะเบียนเข้าพัก (Check-in) ให้บริการข้อมูลข่าวสาร สำรองห้องพัก สำรองที่นั่งในห้องอาหารหรือโรงละคร และการคืนห้องพัก (Check-out) เมื่อผู้เข้าพักเสร็จสิ้นการพัก

1.1.2) พนักงานสำรองห้องพัก (Reservation clerk) มีหน้าที่รับและยืนยันการจองห้องพักให้แก่ผู้เข้าพักล่วงหน้า สรุปรายงานจำนวนและประเภทของห้องพักที่ได้รับการสำรองเรียบร้อยแล้ว จัดพิมพ์รายชื่อผู้เข้าพักที่คาดว่าจะเข้าพักในวันรุ่งขึ้น เตรียมเอกสารการลงทะเบียนเข้าพักแก่ส่วนต้อนรับ และรับผิดชอบเงินมัดจำที่ได้รับจากการรับสำรองห้องพักล่วงหน้าแก่ผู้เข้าพัก พนักงานในตำแหน่งนี้ต้องมีความรู้ความชำนาญด้านห้องพัก อัตราค่าห้องพักและบริการอื่น ๆ ของโรงแรม เพื่อสื่อสารและเสนอขายแก่ผู้สำรองห้องพัก

1.1.3) พนักงานโทรศัพท์ (Operator) เป็นตำแหน่งที่ต้องติดต่อกับผู้เข้าพัก พนักงานโรงแรม และบุคคลภายนอกค่อนข้างบ่อย โดยเฉพาะกับผู้เข้าพักในช่วงเวลาการพักอยู่ที่โรงแรมผ่านทางอุปกรณ์สื่อสาร มีหน้าที่และความรับผิดชอบคือ การรับ โอน ต่อ โทรศัพท์ และการรับฝากข้อความให้แก่ผู้เข้าพักและบุคคลภายนอกที่ติดต่อเข้ามา การให้ข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนการให้บริการด้านอื่น ๆ เช่น บริการปลุกแขก (Wake-up call หรือ Morning call)

1.1.4) พนักงานการเงินส่วนหน้า (Front cashier) ทำหน้าที่ดูแลและแสดงบัญชีค่าใช้จ่ายของผู้เข้าพัก เมื่อใดก็ตามที่ผู้เข้าพักขอลดหรือเมื่อผู้เข้าพักต้องการคืนห้อง และให้บริการอื่นๆ เกี่ยวกับการเงินและบัญชี เช่น บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Foreign exchange service) และงานควบคุมดูแลตู้เงินฝาก (Deposit box service)

1.2) ส่วนที่ 2 คือ ส่วนบริการในเครื่องแบบ (Uniformed services) งานในส่วนนี้ หมายถึง งานบริการส่วนหน้าที่ปฏิบัติงานสัมพันธ์กับส่วนหน้า พนักงานตำแหน่งต่าง ๆ ในส่วนนี้จะสวมเครื่องแบบของโรงแรม เพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงานและเพื่อความชัดเจนสำหรับผู้เข้าพักหรือบุคคลทั่วไปในการติดต่อหรือเรียกหา ส่วนงานนี้มีตำแหน่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1.2.1) พนักงานบริการข้อมูลข่าวสาร (Concierge) ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงแรมและข่าวสารทั่วไปแก่ผู้เข้าพัก ถือเป็นงานที่ต่อเนื่องมาจากงานต้อนรับที่บางครั้งให้บริการแก่ผู้เข้าพักไม่ทันตามความต้องการ พนักงานบริการข้อมูลข่าวสารที่ดีควรเป็นผู้ที่มีความรู้รอบด้านในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะข่าวสารข้อมูลของท้องถิ่นที่ตั้งของโรงแรมหรือพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ข้อมูลเวลาทำการของร้านค้า ธนาคาร โรงแรม สถานทูต และข่าวสารการเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่น

1.2.2) พนักงานขนกระเป๋า (Bellman or Porter) ทำหน้าที่พาผู้เข้าพักไปยังห้องพักหลังจากการลงทะเบียนเข้าพักเรียบร้อยแล้ว และปฏิบัติงานบริเวณห้องโถงและห้องพัก รับฝากสิ่งของ ส่งหนังสือพิมพ์รายวัน จดหมาย รับ-ส่งข้อความ และโทรสารแก่ผู้เข้าพักถึง

ห้อง ช่วยเหลือผู้เข้าพักในการเปลี่ยนห้องพัก ในอดีตเมื่อผู้เข้าพักต้องการเรียกหาพนักงานช่วยขนกระเป๋า ก็จะต้องขึ้นกระดิ่งแทนการเรียกหา จึงเป็นที่มาของชื่อ “Bellman”

1.2.3) พนักงานเฝ้าประตู (Doorman) พนักงานเฝ้าประตูเป็นบุคคลแรกที่ลูกค้าได้พบ ทำหน้าที่ต้อนรับทักทายผู้เข้าพักหรือบุคคลทั่วไปบริเวณประตูทางเข้า-ออกหลักของโรงแรม คอยเปิดและปิดประตู และประสานงานกับพนักงานต้อนรับในกรณีที่มีผู้เข้าพักระดับวีไอพีมาถึง เป็นงานเรียบง่ายแต่มีนัยสำคัญมากในการทำให้ผู้เข้าพักรู้สึกดีและมีผลอย่างมากในการช่วยให้พนักงานต้อนรับทำให้แขกพึงพอใจ เพราะการประทับใจครั้งแรกเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง พนักงานเฝ้าประตูควรมีเกียรติยศ ยิ้มแย้ม เข้าใจเรื่องของมารยาท กฎระเบียบ ความสุภาพต่าง ๆ เช่น การเปิดประตู เก็บของตกหล่น ให้สุภาพสตรีผ่านก่อน ช่วยเหลือเด็กและผู้สูงอายุ การเรียกแท็กซี่ให้ลูกค้าต้องบันทึกหมายเลขทะเบียนรถและเวลา เป็นต้น

1.2.4) พนักงานขับรถ (Transportation personnel) ทำหน้าที่บริการขับรถพาผู้เข้าพักไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ต้องการ โดยทั่วไปมักเป็นเส้นทางระหว่างโรงแรมและสนามบิน

1.2.5) พนักงานจอดรถ (Valet service) ทำหน้าที่นำรถของผู้เข้าพักไปจอดอยู่ที่จอดรถของโรงแรม บริการชนิดนี้มีเฉพาะในโรงแรมระดับหรูหราก็หรืออาจเป็นโรงแรมในเมืองที่มีพื้นที่จอดรถค่อนข้างจำกัด

1.2.6) พนักงานอาคารต้อนรับ (Guest Relation Officer; GRO) ทำหน้าที่ต้อนรับผู้เข้าพักพิเศษ (VIP) เตรียมช่อดอกไม้หรือพวงมาลัยเพื่อต้อนรับการมาถึงของผู้เข้าพัก จากนั้นจะนำผู้เข้าพักไปยังห้องพักเพื่อบริการรับลงทะเบียนห้องพัก อธิบายสั้นๆ ให้ผู้เข้าพักทราบถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและวิธีใช้ของภายในห้องพัก รวมถึงคอยให้บริการและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การบริการเกี่ยวกับการเดินทางต่อไปหรือเดินทางกลับ จองตั๋วเครื่องบิน จองห้องพัก (เฉพาะห้องพักของโรงแรมในเครือ) เดินทางมาส่งลูกค้าถึงประตูทางออกพร้อมทั้งกล่าวคำอำลาและอวยพรให้เดินทางโดยปลอดภัยด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม

1.2.7) ผู้ประสานงานคณะทัวร์ (Tour coordinator) พาคณะทัวร์ไปดื่มเครื่องดื่มต้อนรับ (Welcome drink) ในบริเวณที่เตรียมไว้และนำหัวหน้าคณะทัวร์ไปลงทะเบียนเข้าพักที่บริเวณโต๊ะรับลงทะเบียนเฉพาะคณะทัวร์

1.2.8) ผู้ตรวจสอบบัญชีภาคค่ำ (Night auditor) หรือเรียกว่า “ไนท์ออกดิด” ซึ่งทำหน้าที่ผู้จัดการในเวลากลางคืน รับผิดชอบการดำเนินงานของโรงแรมทั้งหมดในเวลากลางคืน ดูแลและรับผิดชอบเกี่ยวกับเอกสารด้านการเงินและบัญชี นอกจากงานด้านการเงินและ

บัญชี ผู้ตรวจสอบบัญชีภาคค้ายังต้องทำหน้าที่เสมือนพนักงานต้อนรับ พนักงานโทรศัพท์ และ พนักงานการเงินส่วนหน้า คือ ช่วยต้อนรับ ช่วยรับลงทะเบียน ช่วยเก็บเงิน และรับคืนห้อง เป็นต้น

2) แผนกแม่บ้าน (House – Keeping) ถือว่าเป็นแผนกที่คอยจัดเตรียม ห้องพักให้กับลูกค้า และมีโอกาสที่จะต้องพบปะให้บริการแก่ลูกค้าในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ พนักงานดูแลห้องพัก แม่บ้านประจำพลอร์ ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages division) ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบด้านการ ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดของโรงแรม แบ่งออกเป็น 2 ส่วนงาน คือ Kitchen team และ Service team ซึ่งในส่วนงาน Service team นี้จะเป็นส่วนงานที่ต้องพบปะและให้บริการลูกค้า ดังนั้นจะขอกล่าวถึงเฉพาะส่วนงานนี้เท่านั้น โดยมีตำแหน่งงานดังนี้

2.1) ผู้จัดการห้องอาหาร (Restaurant manager) ทำหน้าที่ดูแล รับผิดชอบห้องอาหารในทุกเรื่อง กำหนดมาตรฐานของการบริการ วางแผนตารางเวลาและการทำงาน ของพนักงาน ฝึกสอนงานแก่พนักงาน รับจองโต๊ะ ต้อนรับลูกค้า พาลูกค้าไปที่โต๊ะ และเมื่อ ถูกตำหนิจากลูกค้าผู้จัดการต้องเป็นผู้รับผิดชอบ

2.2) หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ (ชาย Head Waiter/ หญิง Head Waitress) หรือ Maitre d'Hotel หรือนิยมเรียกกันว่า Maitre D. เป็นตำแหน่งรองผู้จัดการ ห้องอาหาร ถ้าเป็นห้องอาหารขนาดเล็กก็จะเป็นผู้ที่ดูแลห้องอาหารทั้งหมด โดยคนหนึ่งจะดูแล 3 – 4 stations เป็นเขตบริการหรือเขตที่ต้องรับผิดชอบในห้องอาหารที่พนักงานแต่ละคนต้อง รับผิดชอบและดูแลลูกค้าที่นั่งโต๊ะ ซึ่ง station หนึ่งจะมีหลายโต๊ะ หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟมีหน้าที่ ควบคุมการทำงานของพนักงานเสิร์ฟในเขตรับผิดชอบของตน เช่น ช่วยพาลูกค้าไปที่โต๊ะ รับคำ สั่งจากลูกค้าที่ต้องการสั่งอาหาร

2.3) พนักงานเสิร์ฟอาวุโสประจำเขต (ชาย Station Waiter/ หญิง Station Waitress) หรือ เรียกว่า Chef de Rang มีหน้าที่เสิร์ฟหรือให้บริการลูกค้าหลายโต๊ะใน station หรือเขตของตน ส่วนมากจะมีลูกค้ายรวมกันประมาณ 20 คน เมื่อลูกค้าสั่งอาหารแล้วก็จะ คอยปรับเปลี่ยนอุปกรณ์บนโต๊ะต่างๆ เช่น มีด ช้อนส้อม ให้เหมาะกับอาหารของลูกค้าที่สั่ง และ เคลียร์โต๊ะเมื่อลูกค้ารับประทานอาหารเสร็จ

2.4) ผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟ (ชาย Commis Waiter/ หญิง Commis Waitress) มีหน้าที่ช่วยบริการด้านอาหาร จัดโต๊ะ เคลียร์โต๊ะ โดยทั่วไปผู้ช่วยพนักงานเสิร์ฟจะเป็น คนยกอาหารที่ทำเสร็จจากครัวมาที่ห้องอาหาร และนำพวกอุปกรณ์ต่างๆ ที่ลูกค้าใช้แล้วกลับไปใน

ครัวเพื่อให้แผนกสจ๊วตทำความสะอาด ในเมืองไทยนิยมเรียกหน้าที่นี้ว่า Bus Boy/Bus Girl มีหน้าที่เคลียร์โต๊ะและล้างอาหาร

2.5) พนักงานเสิร์ฟเหล้า (ชาย Wine Waiter/ หญิง Wine Waitress หรือ Sommelier ซอมเมอลิเยร์) มีหน้าที่รับคำสั่งหรือรับออเดอร์ที่เกี่ยวกับเหล้าหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด ไม่เกี่ยวกับเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ

2.6) พนักงานเก็บเงิน (Cashier) มีหน้าที่ในการออกใบเสร็จและเก็บเงิน แต่คนที่ทำหน้าที่นำใบเสร็จไปให้ลูกค้า คือ พนักงานเสิร์ฟ

2.7) พนักงานประจำบาร์ชายเหล้า (Barperson, Barman/Barmaid, Bartender) คำว่า Bartender ในอังกฤษนั้นสามารถใช้เรียกได้ทั้งชายและหญิง แต่ในเมืองไทยถ้าเป็นหญิงจะเรียกว่า Bartendeer จะประจำอยู่บาร์เหล้า ต้องมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการผสมสุราต่างๆ ซึ่งต้องฝึกฝนและเรียนรู้ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ Bartender ที่ดีนั้นจะต้องเป็นคนช่างพูด มีมารยาท เพราะต้องพบปะลูกค้าโดยตรง สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

โดยสรุป คือ การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมในตำแหน่งงานทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ที่สังกัดในฝ่ายห้องพัก (Room division) และฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages division) ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหน้าบ้าน (Front of the House) ที่ต้องคอยให้บริการลูกค้าในเรื่องต่างๆ และพบปะลูกค้าโดยตรง

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม

ผู้วิจัยให้ความสนใจตัวแปรนี้ในฐานะตัวแปรตามหรือเป็นพฤติกรรมเป้าหมายที่มุ่งจะพัฒนาพนักงานบริการให้มีคุณภาพตามที่โรงแรมคาดหวัง จึงต้องทำการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจให้ชัดว่า พฤติกรรมการให้บริการที่ดีมีคุณภาพนั้นเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบใดบ้าง

2.1 ความหมายของพฤติกรรมการให้บริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ราชบัณฑิตยสถาน (2525, น.457) ได้ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่างๆ”

พจนานุกรมนักเรียน ของ เป็ลื่อง ณ นคร (2541) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง “ช่วย เกื้อกูล”

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น” และตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” หมายถึง การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความ

ช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ซึ่งมีความหมายใกล้เคียงกับคำภาษาอังกฤษอีกคำหนึ่งที่นิยมใช้กัน คือคำว่า “Hospitality” ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษาละติน ประกอบด้วยคำว่า Hostis แปลว่า คนแปลกหน้า Host แปลว่าเจ้าบ้าน และ Hospes แปลว่า แขกผู้มาเยือน เมื่อคนแปลกหน้าหลงทางมาหรือมีแขกมาเยือน เจ้าของบ้านจึงให้การต้อนรับ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ด้วยความมีมิตรไมตรี ดังนั้น Hospitality จึงหมายถึง “ความมีมิตรไมตรี หรือความเอื้อเฟื้อ”

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญหลายท่านที่ได้ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” ไว้ดังนี้

สมิต สัชฌุกร (2542) ได้ให้ความหมายการบริการว่า เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลได้ใช้ผลประโยชน์ในทางใดทางหนึ่งด้วยความพยายามตามวิธีการหลากหลาย ในการทำให้คนที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดว่าเป็นบริการทั้งสิ้น โดยได้แยกพิจารณาลักษณะของการบริการดังนี้

1) เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น โดยจะเห็นได้จากการกระทำ มีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันที เกิดผลตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว

2) เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ การบริการจะเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนา และค่านิยม

3) เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ

ศุภนิธย์ โชครัตนชัย (2536, น.13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การบริการ เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค”

สแตนตัน (Stanton W.J, p. 1981) ให้ความหมายว่า “การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่สามารถตอบสนองของความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้วยลักษณะเฉพาะในตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้การบริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตน แต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น” จากความหมายของสแตนตัน ทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ กล่าวคือ ธุรกิจบริการเป็นการมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองของความต้องการของ

ลูกค้าอันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการ แต่ธุรกิจทั่วไปมุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น

เลทเทิน (Lehtinen. 1983 อ้างถึงใน เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ , 2548) ให้คำนิยามว่า “การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ การบริการรวมถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ”

จากการให้ความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ใจความสำคัญ ๆ ว่า การบริการ เป็นพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกผ่านการกระทำ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความปรารถนาดี มีมิตรไมตรี เอื้อเฟื้ออาหาร ยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือเพื่อให้อีกฝ่ายได้รับประโยชน์และเกิดความพึงพอใจ บริการเป็นนามธรรมคือจับต้องไม่ได้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการและคุณภาพของการบริการ

มีกลุ่มนักวิชาการและกลุ่มนักวิจัยที่สนใจศึกษาเรื่องคุณภาพของการให้บริการ และได้ข้อสรุปเกี่ยวกับหลักการในการประเมินตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพของการบริการ ดังนี้

เชส และโบเวน (Chase R. B., & Bowen, D. E. 1991) เสนอแนวทางการประเมินคุณภาพการบริการโดยกำหนดดัชนีไว้ 3 ด้าน ได้แก่

1) เทคโนโลยี (Technology) เน้นการประเมินไปที่ด้านการจัดอาคารสถานที่ การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการให้บริการ ความคงเส้นคงวาของกระบวนการให้บริการ

2) ระบบ (System) เน้นการประเมินระบบการบริหาร ควบคุม สั่งการในขั้นตอนต่าง ๆ และกระบวนการให้บริการแก่ผู้รับบริการ

3) คน (People) เน้นการประเมินการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ และนโยบายด้านการให้บริการแก่ผู้รับบริการ

คอเลียร์ (Collier D. A. 1991) นำแนวคิดเกี่ยวกับหลักการประเมินคุณภาพการบริการ (Service quality: SERVQUAL) ของพาราสุรามาน (Parasuraman. 1990) มาเพิ่มความหมายและจัดเรียงลำดับการประเมินคุณภาพการบริการ โดยกำหนดคุณลักษณะการบริการที่จะต้องประเมินด้วยอักษรย่อในคำ “RATER” ดังนี้

R คือ Reliability หมายถึง การให้บริการจะต้องมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ

A คือ Assurance หมายถึง การให้บริการจะต้องเป็นไปตามที่ได้ประกันเอาไว้ทั้งในด้านกระบวนการให้บริการและคุณภาพการให้บริการ

T คือ Tangibility หมายถึง นำลักษณะแวดล้อมอื่นๆ เช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์ต่างๆ มาเป็นตัวบ่งบอกคุณภาพที่จับต้องไม่ได้ของการบริการนั้น

E คือ Empathy หมายถึง ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทร เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ

R คือ Responsiveness หมายถึง ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะสนองตอบต่อความต้องการอย่างทันที่

ในที่นี้ผู้วิจัยขอกล่าวถึงแนวคิดในการประเมินคุณภาพการให้บริการของนักวิชาการ 3 ท่านคือ พาราสุรามาน ไชธาเมล และ เบอริรี่ (Parasuraman; Zeithaml; และ Berry, 1990) เป็นสำคัญเนื่องจากเป็นแนวคิดที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

พาราสุรามาน ไชธาเมล และ เบอริรี่ (Parasuraman A.; Zeithaml, Valarie, A. & Berry, Leonard, L, 1990) เป็นนักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิทางการตลาดที่มีชื่อเสียงของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ที่สนใจทำการศึกษาคูณภาพบริการ และการจัดการคุณภาพบริการมาตั้งแต่ปี 1980 ในช่วงเวลานั้นยังไม่พบว่ามีการศึกษาในเรื่องคุณภาพบริการมากนัก ตรงกันข้ามกลับพบว่ามึวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้าที่มีผู้ทำการศึกษาไว้มากมาย ซึ่งทำให้สามารถเข้าใจถึงความหมายและคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้าได้อย่างชัดเจน แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการทำความเข้าใจในคุณภาพบริการได้ เนื่องจากสินค้าและบริการมีความแตกต่างกันตามลักษณะพื้นฐานสำคัญ 3 ประการ คือ การผลิต การบริโภค และการประเมินผล จึงทำให้บริการมีคุณสมบัติสำคัญแตกต่างจากสินค้า 4 ประการ คือ บริการไม่มีตัวตน มีความหลากหลายในตัวเอง ไม่สามารถแบ่งแยกได้ และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1) บริการไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ (Intangibility) หมายถึง บริการเป็นนามธรรม เป็นการปฏิบัติ ผลลัพธ์ออกมาในรูปของผลงาน (Performance) มิใช่ตัวสินค้า (Product) จึงมีอาจจับต้องหรือมองเห็นได้ จะนับวัดหรือนำมาทดสอบโดยตรงไม่ได้ ทำให้ยากแก่การประเมิน และตรวจสอบคุณภาพ

2) บริการมีความหลากหลายในตัวเอง (Variability or heterogeneity) หมายถึง คุณภาพบริการอาจเปลี่ยนไปเปลี่ยนมาเมื่อเปลี่ยนผู้ให้บริการ เปลี่ยนผู้รับบริการ หรือแม้แต่เปลี่ยนเวลา สถานที่ สิ่งแวดล้อม ทำให้ความสม่ำเสมอ (Consistency) เกิดขึ้นได้ยาก สิ่งที่ทำให้บริการต้องการให้เกิดอาจไม่ตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับ เนื่องจากการรับรู้ (Perception) หรือความเข้าใจไม่ตรงกัน

3) บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) หมายถึง การผลิต การส่งมอบ และการบริโภคจะเกิดขึ้นพร้อมกัน นั่นคือในช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการมีปฏิสัมพันธ์กัน ผู้ให้บริการมีส่วนร่วมอย่างมากในกระบวนการผลิตบริการ จึงมีบทบาทสำคัญในการผลิตบริการให้มีคุณภาพ และมักเข้าไปเกี่ยวข้องโดยตรงกับบุคลากรของหน่วยงานที่ให้บริการ

4) การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) หมายถึง การผลิตและการส่งมอบบริการเกิดขึ้นพร้อมกัน จึงไม่สามารถผลิตไว้ล่วงหน้าแล้วเก็บรักษาไว้เพื่อส่งมอบหรือจำหน่ายภายหลังได้เหมือนสินค้า ดังนั้นเมื่อมีการจัดสรรทรัพยากร และเตรียมความสามารถในการผลิตบริการไว้ เช่น การว่าจ้างบุคลากร การจัดซื้ออุปกรณ์ต่างๆ การจัดเตรียมสถานที่ แล้วถึงเวลาไม่มีผู้มารับบริการหรือผู้มารับบริการไม่มากพอ ทำให้ทรัพยากรที่ใช้อนั้นสูญเปล่า เช่น การที่โรงแรมมีห้องพักรว่าง หรือไม่มีแขกมารับบริการในหน่วยบริการต่างๆ ที่มีไว้ให้ภายในโรงแรม ทั้งที่เตรียมอุปกรณ์ไว้แล้ว สถานการณ์เช่นนี้ทำให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องไม่มีงานและไม่ทำให้เกิดผลผลิต (No- Productivity) การควบคุมประสิทธิภาพของการให้บริการจึงทำได้ยากกว่าการผลิตสินค้า

ด้วยเหตุนี้พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman A.; Zeithaml, Valarie, A. & Berry, Leonard, L. 1990) จึงให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการ และค้นหาคำตอบจากคำถามสำคัญ 3 ประการ ต่อไปนี้

- 1) คุณภาพการบริการคืออะไร
- 2) สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพการบริการคืออะไร
- 3) องค์กรสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และจัดการให้เกิดคุณภาพบริการได้อย่างไร

ในปี 1983 พาราสุรามาน และคณะ จึงเริ่มต้นทำการวิจัยด้วยการค้นหาคำตอบของข้อคำถาม 3 ประการข้างต้น โดยร่วมกันทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยทางการตลาด

(Marketing Science Institute: MSI) ใช้เวลาในการศึกษาวิจัยถึง 7 ปี (1983 – 1990) แบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และนำผลที่ได้นำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบของคุณภาพการบริการ

ระยะที่ 2 ศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะ ใช้รูปแบบคุณภาพการบริการที่ได้จากระยะที่ 1 มาทำการปรับปรุงด้วยวิธีการวิจัย ได้เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ

ระยะที่ 3 ศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เหมือนในระยะเวลาที่ 2 แต่ครั้งนี้มุ่งศึกษาในผู้ให้บริการ ซึ่งมีการดำเนินงานหลายขั้นตอน เริ่มด้วยมีการทำวิจัยในสำนักงาน 89 แห่งของ 5 บริษัทชั้นนำในการให้บริการ แล้วนำงานวิจัยทั้ง 3 ระยะมาศึกษาร่วมกัน โดยทำการสนทนากลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการ การสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มผู้บริหาร และสุดท้ายทำการวิจัยสำรวจในทุกๆ กลุ่มอีกครั้งใน 6 งานบริการ ได้แก่ งานบริการซ่อมบำรุง งานบริการบัตรเครดิต งานบริการประกัน งานบริการโทรศัพท์ทางไกล งานบริการธนาคารสาขาย่อย และงานบริการนายหน้าซื้อขาย

ระยะที่ 4 มุ่งศึกษาที่ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman A.; Zeithaml, Valerie, A. & Berry, Leonard, L. 1990) ได้้นำการศึกษาวิจัยทั้ง 4 ระยะนี้ สร้างเป็นรูปแบบจำลองคุณภาพการบริการซึ่งสามารถนำมาทดสอบความสัมพันธ์ของรูปแบบในเชิงปริมาณ หรือทำนายคุณภาพการบริการ ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ค้นพบข้อสรุปที่สามารถตอบคำถามข้างต้น ได้ดังต่อไปนี้

1) ความหมายของคำว่า “คุณภาพการบริการ” (Service quality) จากประสบการณ์ที่คล้ายกันทั้งในแง่ดีและแง่ร้ายของผู้รับบริการในทุก ๆ กลุ่ม พบว่า คุณภาพบริการจะมีค่าสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับว่าผู้รับบริการรับรู้ต่อการบริการที่ได้รับนั้นเป็นอย่างไร ตรงกับที่คาดหวังหรือไม่ ดังนั้นคำว่า “คุณภาพการบริการ” จึงหมายถึง คุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งให้คำจำกัดความได้ว่า หมายถึง การรับรู้ต่อการให้บริการว่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เป็นไปตามความคาดหวังได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการได้แก่ การพูดปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Need) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากผู้ให้บริการ (External Communication)

2) เกณฑ์กำหนดคุณภาพการบริการ (Dimensions of Service Quality)

ตามที่ได้รับบริการประเมิน ประกอบด้วยเกณฑ์ต่างๆ 10 ด้าน ได้แก่

2.1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ พนักงานให้บริการ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ

2.2) การให้ความเชื่อมั่นในบริการ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้กับผู้รับบริการ

2.3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsibility) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการได้ทันที

2.4) สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ ความสามารถและทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน

2.5) ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพ อ่อนโยน ให้เกียรติ มีน้ำใจ และเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ

2.6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าไว้วางใจ ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจของผู้ให้บริการ

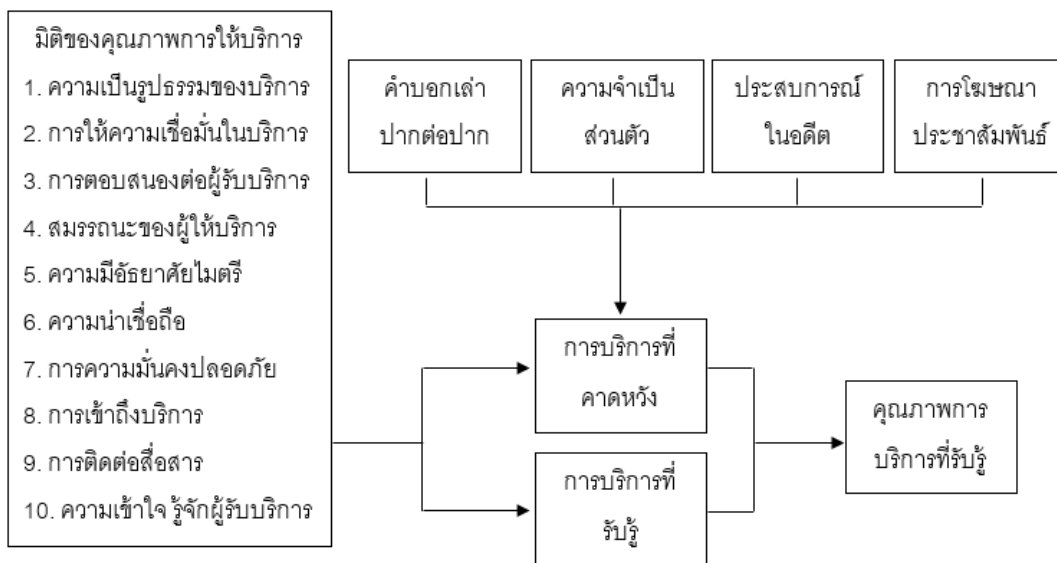
2.7) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน ชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่างๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ

2.8) การเข้าถึงการบริการ (Accessibility) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกในการติดต่อ

2.9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่างๆ แก่ผู้รับบริการ การใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจ รับฟังความต้องการและเรื่องราวร้องทุกข์ของผู้รับบริการ

2.10) การรู้จัก และเข้าใจ ผู้รับบริการ (Understanding the Customer) หมายถึง การพยายามทำความเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการ พยายามรู้จักและจดจำผู้รับบริการของตน

เกณฑ์กำหนดคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ทั้ง 10 ด้าน สามารถเขียนแบบจำลองได้ตามภาพประกอบ 1



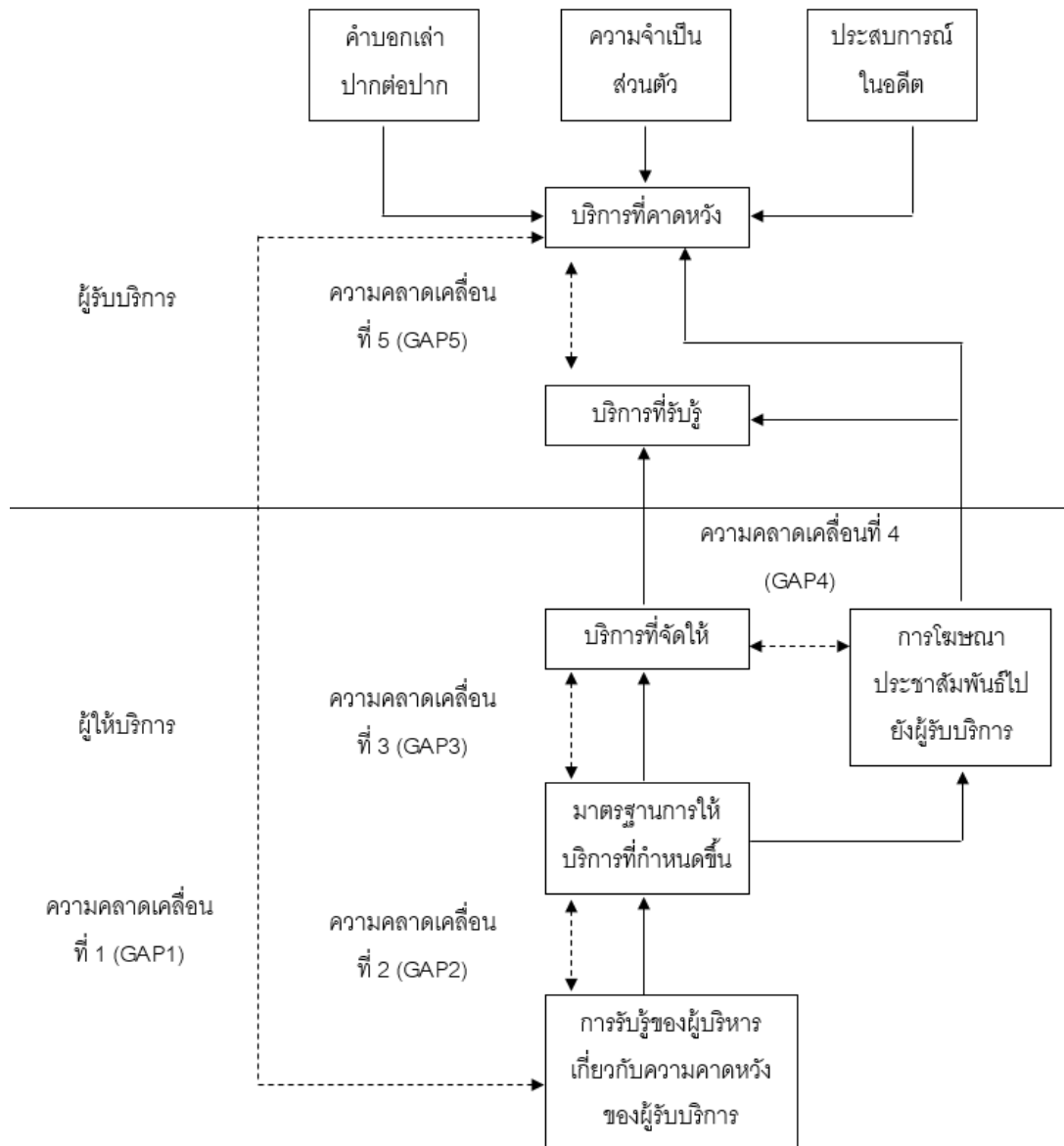
ภาพประกอบ 1 แสดงการประเมินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ

ที่มา : Parasuraman A.; Zeithaml V.A.; & Berry L.L. (1990). Delivery Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations. p. 23.

นอกจากข้อค้นพบที่กล่าวมาแล้ว ยังพบข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้บริการไม่ได้คุณภาพและสร้างเป็นรูปแบบจำลองคุณภาพการบริการ เรียกสิ่งเหล่านี้ว่าเป็น “ช่องว่างคุณภาพบริการ” ที่ทำให้การบริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ 5 ช่อง ดังภาพประกอบ 2

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ที่ได้ทำในระยาะที่ 4 ทำให้พบว่าการจัดบริการที่มีคุณภาพสูง หรือที่เรียกว่า “การจัดการด้านคุณภาพบริการ” (Service quality management) หมายถึง การทำให้เกิดสมดุลระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ซึ่งจะทำให้ช่องว่างคุณภาพบริการนี้ปิดลง (Close gaps) ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าช่องว่างหรืออุปสรรคของการให้บริการที่ไม่มีคุณภาพอยู่ที่ชั้นใดและเกิดขึ้นได้อย่างไร ความพยายามในการที่จะแก้ปัญหาการให้บริการที่ไม่มีคุณภาพขององค์กร ทำให้เกิดความเข้าใจในปัญหาการบริการที่เกิดขึ้น ดังที่เห็นในภาพประกอบ 3 ช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างภายใน (Internal gaps) ซึ่งอธิบายถึงที่มาของช่องว่างคุณภาพบริการที่เกิดขึ้นใน

องค์กร ส่วนช่องว่างสุดท้ายคือช่องว่างที่ 5 เป็นช่องว่างภายนอก (External gaps) ซึ่งเป็นช่องว่างที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการโดยตรง



ภาพประกอบ 2 แสดงช่องว่างคุณภาพบริการ

ที่มา : Parasuraman A.; Zeithaml V.A.; & Berry L.L. (1990). Delivery Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations. p. 46.

การศึกษาในส่วนนี้ เป็นที่มาของเครื่องมือวัดช่องว่างการจัดการด้านคุณภาพบริการ ที่ได้จากการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับช่องว่างบริการภายในองค์กรทั้ง 4 ช่อง โดยใช้คำถามปลายเปิดถามคำถามเกี่ยวกับ

1) การรับรู้ของผู้บริหารเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งหมายถึงช่องว่างที่ 1 (GAP1)

2) มาตรฐานการให้บริการอย่างมีคุณภาพที่องค์กรกำหนดขึ้น ซึ่งหมายถึงช่องว่างที่ 2 (GAP2)

3) ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานที่กำหนดขึ้นกับบริการที่ให้จริง ซึ่งหมายถึงช่องว่างที่ 3 (GAP3) ศึกษาโดยการสนทนากลุ่มกับผู้ให้บริการ เพื่อให้ระบุถึงปัจจัยที่ทำให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐาน

4) ปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างที่ 4 (GAP4) ศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารไปยังผู้รับบริการ

ในท้ายที่สุด พาราสุรามานและคณะ ได้พิสูจน์ข้อเท็จจริงที่ได้ด้วยการวิจัยเชิงประจักษ์อีกครั้งหนึ่ง โดยสรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ GAP1 ถึง GAP4 และเสนอรูปแบบจำลองคุณภาพบริการ (Service quality model) ประกอบการอธิบายความหมายของช่องว่างทั้ง 5 ช่อง แล้วถามคำถามผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับช่องว่างต่างๆ ในงานบริการ รวมทั้งให้มีการเสนอข้อคิดเห็นและอภิปรายปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการบริหารงานในองค์กรเพิ่มเติมตามประสบการณ์ที่มีของแต่ละคน นำข้อมูลที่ได้ผนวกกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านโครงสร้างองค์กร พฤติกรรมองค์กร และแนวคิดทางการตลาด ได้รูปแบบคุณภาพบริการที่สามารถวัดขนาดและทิศทางของช่องว่างคุณภาพบริการได้ ช่องว่างคุณภาพบริการดังกล่าวประกอบด้วยช่องว่าง (GAPS) 5 ช่อง ดังนี้

GAP1 หมายถึง ช่องว่างบริการที่เกิดจากความไม่ตรงกันระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการกับการรับรู้ของผู้บริหารเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ (Customer's expectation- Management's perception gap) ซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริหารไม่ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ อันมีสาเหตุมาจากการขาดการทำวิจัยทางการตลาด การขาดการใช้ข้อมูลการวิจัยทางการตลาด การขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับผู้รับบริการ การขาดการติดต่อสื่อสารโดยตรงจากผู้ให้บริการถึงผู้บริหารระดับสูง และมีระดับชั้นของสายการบังคับบัญชาที่มากเกินไป

GAP2 หมายถึง ช่องว่างบริการที่เกิดจากความไม่ตรงกันระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการกับมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดขึ้น (Management's Perception - Service Quality Specification GAP) ซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริหารมีความยึดมั่นผูกพันต่อคุณภาพบริการไม่เพียงพอ ไม่มีการกำหนดเป้าหมาย ขาดการกำหนดมาตรฐานของงานหรือการมีมาตรฐานของงานที่ไม่เพียงพอ และการขาดการรับรู้ถึงความเป็นไปได้ต่อความสามารถในการให้บริการตามความคาดหวังของผู้รับบริการ

GAP3 หมายถึง ช่องว่างที่เกิดขึ้นจากความไม่ตรงกันระหว่างมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดขึ้นกับบริการที่ให้จริง (Service Quality Specification-Service Delivery GAP) ช่องว่างนี้เรียกว่า “ช่องว่างของการปฏิบัติการบริการ” (Service-Performance GAP) ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่ผู้ให้บริการไม่เต็มใจหรือไม่สามารถให้บริการสูงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ได้ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากความขัดแย้งในบทบาท ความไม่ชัดเจนในบทบาท การคัดเลือกบุคลากรที่ไม่เหมาะสมกับงาน ระบบการนิเทศก์และควบคุมงานที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเป็นเหตุให้การประเมินผลหรือระบบการให้รางวัลที่ไม่เหมาะสม ผู้ให้บริการขาดความรู้ความสามารถในการควบคุมดูแลงานของตนเอง และขาดการทำงานเป็นทีมที่ดี

GAP4 หมายถึง ช่องว่างที่เกิดจากความไม่ตรงกันระหว่างบริการที่ให้จริงกับการสื่อสารไปยังผู้รับบริการ (Service Delivery-External Communication GAP) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการ สาเหตุอาจเกิดจากการขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างแผนกต่างๆ ในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนกดำเนินการ แผนกการตลาด และแผนกทรัพยากรมนุษย์ หรือเกิดจากการสื่อสาร โฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความสามารถในการปฏิบัติจริง

GAP5 หมายถึง ช่องว่างที่เกิดจากความไม่ตรงกันระหว่างบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังกับบริการที่ผู้รับบริการรับรู้ (Customer's Expectation-Perceive service) ซึ่งเกิดจากการที่ผู้รับบริการมีเกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการต่างจากผู้ให้บริการ

จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้พาราสูรามานและคณะทราบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่ประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่นำเสนอออกเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

2) ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ

5) การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการแต่ละคนที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน

จากแนวคิดทฤษฎีที่ใช้วัดคุณภาพบริการ 5 ด้านนี้ ถึงแม้ว่ามีได้ถูกระบุโดยตรงว่าเป็นคุณภาพของการบริการมาจากพฤติกรรมของผู้ให้บริการทั้งหมด แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้านจะเห็นว่า คุณภาพของแต่ละด้านที่จะเกิดขึ้นได้นั้นย่อมเป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้ให้บริการ และเมื่อวิเคราะห์ผ่านความหมายของคำว่า “การบริการ” ซึ่งมีแก่นที่ชัดเจนว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดูแลเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ จึงสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพของการบริการย่อมมาจากพฤติกรรมของผู้ให้บริการ

เมื่อมาพิจารณาจากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริการให้บริการของพนักงานโรงแรม ซึ่งมีผู้เสนอไว้ดังนี้

ในด้านคุณลักษณะของพฤติกรรมบริการให้บริการของพนักงานโรงแรม คาสาวานา และบรูคส์ (Kasavana M. L., & Brooks, R. M. 1991: 65) กล่าวว่า บุคลากรที่ทำงานด้านโรงแรมควรมีคุณลักษณะต่อไปนี้ คือ

1) มีมารยาทในเชิงอาชีพ (Professional demeanor)

- 1.1) ทำงานตรงเวลา
- 1.2) มีทัศนคติที่ดีต่องานและต่อโรงแรม
- 1.3) ยอมรับลักษณะที่เป็นจุดดี และลักษณะที่เป็นจุดด้อยของงาน
- 1.4) มีวุฒิภาวะในการตัดสินใจ

- 1.5) มีลักษณะกระฉับกระเฉง เอากรางงาน
- 1.6) ในสถานการณ์คับขันสามารถควบคุมและสงบใจได้
- 2) มีลักษณะเป็นมิตรไมตรี (Congenial Nature) คือ ยิ้มง่าย และแสดงพฤติกรรมที่เป็นมิตรไมตรี และน่าพอใจ
- 3) มีทัศนคติที่ช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่น
 - 3.1) มีความรู้สึกไวต่อความต้องการของแขก
 - 3.2) มีอารมณ์ขัน
 - 3.3) ตอบและพูดกับแขกอย่างเป็นเรื่องเป็นราว
- 4) มีความยืดหยุ่น (Flexibility)
 - 4.1) เต็มใจ และพร้อมที่จะรับทำงานในกะต่าง ๆ ได้ในยามจำเป็น
 - 4.2) เข้าใจในธรรมชาติของผู้อื่น
 - 4.3) เต็มใจที่ทำการสิ่งต่างๆ ในแนวใหม่ โดยไม่ยึดติดกับแนวปฏิบัติใดๆ โดยเฉพาะ
 - 4.4) ทำงานร่วมกับแขก และเจ้าหน้าที่อื่นๆ ของโรงแรมได้ดี รู้จักทำงานเป็นทีม
- 5) การแต่งกายที่ดูดี คือ แต่งกายเหมาะสมได้มาตรฐาน และเต็มใจที่จะสวมใส่ชุดเครื่องแบบของหน่วยงาน

นอกจากคุณลักษณะต่างๆ 5 ข้อ ที่กล่าวมาแล้ว คาซาวานา และบรูค (Kasavana M. L., & Brooks, R. M. 1991) ยังเสนอเพิ่มเติมว่า การที่พนักงานบริการจะปฏิบัติงานได้สมบูรณ์แบบ และประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมึทักษะต่างๆ ไป (General skill) ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ และการศึกษาเล่าเรียน พนักงานบริการที่มีคุณภาพจะต้องมีทักษะในการปฏิบัติงานมีความรู้ และความถนัด ทักษะที่จำเป็นโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ 2 ประการ คือ ความสามารถในการเชิงคณิตศาสตร์ เพื่อใช้สำหรับทำงานเกี่ยวกับการรับและการจ่ายเงิน และความสามารถในการพิมพ์ เพื่อใช้สำหรับพิมพ์บันทึกลักษณะต่างๆ และทำงานด้านคอมพิวเตอร์

สุธาวิรัตน์ ปธานราชฤทธิ์ (2537, น. 137-141) กล่าวไว้ว่า การเป็นพนักงานโรงแรมที่ดีควรมีคุณสมบัติดังนี้

- 1) ความเฉลียวฉลาดมีไหวพริบ (Intelligence)
- งานบริการเป็นงานที่มีลักษณะเฉพาะตัว เป็นงานที่ไม่จำเป็นต้องมีปริญญาบัตรรับรองทางการศึกษาที่สูงมากนัก ยกเว้นบางส่วน เช่น แผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรม มี

ความจำเป็นในการใช้ภาษาต่างประเทศมาก พนักงานบริการเสิร์ฟอาหารอาจเป็นนักเรียนที่สำเร็จชั้นมัธยมปลายก็สามารถปฏิบัติงานบริการเสิร์ฟอาหารได้แล้ว บางคนเพียงอ่านออกเขียนได้ มีความฉลาดเฉลียวพอสมควร ก็อาจสร้างงานบริการให้กับชีวิตของตนได้เป็นอย่างดี

2) มีสุขภาพและจิตใจที่ดีอยู่เสมอ (Good Health)

พนักงานบริการต้องมีสุขภาพทั้งภายในและภายนอกที่ดี ประกอบด้วย ไม่ควรมีโรคติดต่อทั้งที่มีอาการปรากฏและไม่ปรากฏ การมีสุขภาพที่ไม่ดีก็จะทำให้บุคลิกไม่ดีตามไปด้วย นอกจากนี้พนักงานต้องมีสุขภาพจิตดีด้วย เพราะเมื่อมีสุขภาพจิตดีก็จะมีเขาวนปัญญาที่ดีในการตัดสินใจต่อหน้าแขก รวมทั้งรับมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาที่สามารถปฏิบัติได้ด้วยดี

3) การมีกิริยาท่าทางที่ตื่นตัวอยู่เสมอ (Good Appearance)

พนักงานบริการจะต้องเป็นบุคคลที่ดูดีอยู่ตลอดเวลาขณะปฏิบัติหน้าที่ พนักงานบริการจะต้องมีดวงตาที่แสดงถึงการตื่นตัวอยู่เสมอขณะปฏิบัติงาน พนักงานบริการสตรีก็ต้องเป็นสุภาพสตรี พนักงานบริการชายก็ต้องเป็นสุภาพบุรุษ ไม่ว่าจะ เป็นกิริยาการนั่ง เดิน ยืน ก็ต้องบ่งบอกถึงบุคลิกความเป็นหญิง ความเป็นชายที่สมบูรณ์ กิริยาท่าทางที่กระฉับกระเฉง รวดเร็ว จะทำให้แขกมีความรู้สึกถึงความตั้งใจจริงในการทำงาน แต่ก็มีใช้ว่า ทำงานแบบวิ่ง หรือ ลุกลง แต่เป็นกิริยาที่สุภาพอ่อนโยน แต่บ่งบอกถึงความตื่นตัวและห่วงใย หลักการปฏิบัติตนต่อหน้าแขกด้วยกิริยาที่ดี มีหลักง่ายๆ คือ อย่าทำอะไรที่คิดว่าเป็นที่ขัดตาขัดใจของแขก เช่น ไม่เคี้ยวหมากฝรั่ง ไม่สูบบุหรี่ ควรพยายามฝึกกิริยาท่าทางที่ดีให้เกิดเป็นความเคยชินและเป็นอุปนิสัย

4) มีบุคลิกและหน้าตาดี (Good Personality and Good Complexion)

พนักงานบริการควรมีบุคลิกที่ดีและมีหน้าตาดี การมีหน้าตาดีไม่จำเป็นต้องหล่อ ต้องสวย แต่การมีหน้าตาดี หมายถึง สะอาดสะอ้านชวนมอง พนักงานบริการที่หล่อสวยแต่ผมเผ้ารุงรัง หน้าตาไม่สะอาดก็ไม่สามารถสร้างความประทับใจให้กับแขกได้ และอาจทำให้บรรยากาศโดยรวมรวมดูสกปรกไปด้วย

5) มีอารมณ์ดีและมีรอยยิ้ม (Good Humour)

คุณสมบัติประการสำคัญที่คนไทยมีมานานแล้ว คือการเป็นคนมีอารมณ์ดี รอยยิ้มอยู่เสมอ รอยยิ้มที่เกิดขึ้นจะทำให้ผู้รับเกิดความภาคภูมิใจและผู้ให้ก็เกิดความสุขใจ ผู้มาใช้บริการทุกคนต่างต้องการรอยยิ้มของพนักงานบริการ พนักงานบริการจะต้องจำไว้ว่า จงมีความจริงใจในการยิ้มอยู่เสมอ

6) มีสายตาดี ไสตส์ดี (Good eye-sight and Good hearing)

สายตาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพนักงานบริการ พนักงานบริการต้องมีสายตาดี สายตาไว พนักงานบริการที่มีสายตาผิดปกติ เช่น ตาเหล่ ตาสั้น ตาเอียง หรือมีไสตส์ผิดปกติเกี่ยวกับหูไม่ดี เช่น หูตึง เรียกไม่ได้ยิน เมื่อลูกค้าเรียกก็ยินเฉยเพราะไม่ได้ยิน ลูกค้าจะไม่พอใจทำให้การบริการเสียไปได้

7) มีร่างกายเป็นปกติ มีความสูงและน้ำหนักสัมพันธ์กัน (No deformities moderate height and weight) ร่างกายเป็นปกติ หมายถึง ไม่มีส่วนหนึ่งส่วนใดพิการ เพราะความพิการอาจทำให้แขกเกิดความหดหู่ใจ สมเพช เวทนา เกิดความเศร้าและไม่กล้าใช้บริการ ส่วนน้ำหนักและส่วนสูงนั้นต้องสัมพันธ์กันในสัดส่วนที่พอเหมาะ อ้วนเกินไปก็ดูไม่มองไว ผอมเกินไปก็ดูขี้โรค

8) มีการพูดที่ดี สำเนียงน่าฟัง (Good speech and pronunciation)

การพูดที่ดี หมายถึง การพูดที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกพึงพอใจ ควรใช้คำพูดที่ไพเราะนุ่มนวล ไม่ดั่งหรือค่อยเกินไป ไม่พูดเร็วหรือช้าเกินไป รู้จักใช้ภาษาและศัพท์ที่ถูกต้อง ไม่ใช้ศัพท์แสลงพูดกับลูกค้า รู้ว่าสิ่งใดควรพูดสิ่งใดไม่ควรพูด สนใจในเรื่องที่กำลังสนทนา พยายามพูดให้ลูกค้าเห็นว่าเขาคือคนสำคัญ แต่มิใช่ยกยอจนเกินไป สำเนียงพูดดี หมายถึง น้ำเสียงที่ชัดเจน ชัดคำ ไม่พูดเสียงสูงหรือต่ำจนเกินไป ไม่พูดติดอ่างอีกอักในลำคอ

9) มีความทรงจำดี (Good memory)

พนักงานบริการต้องติดต่อพบปะกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา และเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงควรมีความจำที่ดีสามารถจำชื่อลูกค้า ที่ทำงาน รสนิยม ความชอบไม่ชอบของลูกค้าให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ สิ่งนี้จะเป็นเสน่ห์ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ

10) รู้จักกาลเทศะ (Timing)

พนักงานบริการต้องรู้ความควรและไม่ควร รู้ว่าสิ่งใดควรทำเวลาใด การบริการที่ดีเพียงพร้อมแต่บริการในกาลและเทศะที่ไม่เหมาะสม ย่อมทำให้เกิดความเสียหาย

11) มีความอดทน รู้จักควบคุมอารมณ์ (Patience and Emotion)

มีความอดทนเป็นคุณสมบัติสำคัญของพนักงานบริการ เพราะลูกค้าเมื่อมาใช้บริการแล้วจะคิดเสมอว่าต้องได้สิ่งที่ตนเองพอใจมากที่สุดเพราะได้เสียเงินแล้ว ดังนั้นแม้ความผิดพลาดบกพร่องเล็กน้อย ลูกค้าก็จะตำหนิติเตียน พนักงานบริการต้องอดทน แม้บางครั้งลูกค้าจะเป็นฝ่ายผิดก็จะได้แย้งไม่ได้ ต้องอดทนรับฟังโดยสุจริต ความอดทนนี้ไม่ใช่จะอดทนกับลูกค้า

เท่านั้น ยังต้องอดทนต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน ต้องรู้จักควบคุมอารมณ์ของตนเองไม่ให้โกรธง่าย น้อยใจง่าย ร้องไห้ง่าย หรือเอะอะโวยวาย

12) มีความรู้ภาษาต่างประเทศ (Knowing of Foreign Languages)

นอกจากภาษาของตนเอง ควรรู้ภาษาต่างประเทศอื่นๆ อีก อย่างน้อย 1 ภาษา เพราะลูกค้าที่มาใช้บริการอาจเป็นชาวต่างประเทศ หากติดต่อหรือสื่อสารกันไม่เข้าใจอาจเกิดความผิดพลาดในงานได้ง่าย

13) มีความซื่อสัตย์ (Honesty)

ต้องมีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเอง ต่อหน้าที่ และต่อผู้อื่น ไม่ใช่จ่ายสุ่ยสุ่ย เป็นหนี้ เพราะจะทำให้เกิดปัญหาทางการเงิน และทำให้เสียความซื่อสัตย์ได้ง่าย ทำให้ไม่เป็นที่เชื่อถือของบุคคลอื่น

14) รักในอาชีพบริการ (Interesting in Service)

หากทำอะไรด้วยใจรัก จะทำสิ่งนั้นได้ดี ถ้าไม่มีใจรักจะเบื่อกับงาน จะรู้สึกไม่อยากบริการใคร ไม่อยากรับใช้ใคร จะแสดงออกมาทางหน้าตา ท่าทาง ก็จะทำให้ไม่ก้าวหน้าในอาชีพที่ทำอยู่

15) ทันสมัยเสมอ (Update)

ทันสมัยในที่นี้ไม่ใช่ใครเขาก็กำลังนิยมอะไรอยู่ก็ทำสิ่งนั้น แต่ทันสมัยในที่นี้คือทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ๆ ทันต่อการเปลี่ยนแปลง รอบรู้ หูตากว้างขวาง ทันโลก และปรับตัวเข้ากับเหตุการณ์ใหม่ๆ ได้อย่างเหมาะสม

พิสมัย ปิเชติการ (2538, น. 43-45) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติของพนักงานต้อนรับที่ดี ดังนี้

1) มีบุคลิกดี การแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ประณีต มีอุปนิสัยคล่องแคล่วว่องไว พร้อมที่จะปฏิบัติงานให้บริการแขก ทำให้แขกเกิดความรู้จักชื่นชม และประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาในโรงแรม

2) มีอัธยาศัยอ่อนโยน สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักสำรวมและเคารพผู้อื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อทุกคน มองโลกในแง่ดีอยู่เสมอ

3) เฉลียวฉลาด รอบรู้ในงานส่วนต่างๆ เป็นอย่างดี ปฏิบัติงานอย่างมีระเบียบแบบแผน รับผิดชอบต่อหน้าที่และมีจิตวิทยาในการปฏิบัติงาน พยายามจดจำและทำให้แขกรู้สึกว่าเขาคือคนที่มีความสำคัญ

4) สำเนียงการพูดชัดถ้อยชัดคำ วาจาไพเราะ สามารถสื่อความหมายได้ดี มีวาทศิลป์ในการพูดชักชวนแขกให้ใช้บริการของโรงแรม

5) มีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศได้ดี โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ในขณะเดียวกันต้องมีความสามารถในการพูด อ่าน เขียนภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง

6) มีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา

7) รักษานบริการและมีทัศนคติที่ดีต่องานโรงแรม มีความเห็นใจ และพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้อื่น มีความอดทน ยินดีที่จะเรียนรู้งานอยู่เสมอ และสามารถอำนวยความสะดวกสบายให้แขกมากที่สุด

8) เข้าใจในสถานการณ์ต่างๆ เป็นอย่างดี พร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหาและแสดงความเห็นอกเห็นใจต่อแขกเมื่อแขกต้องการ

9) อดทนอดกลั้นต่อสถานการณ์ต่างๆ ได้ดีเยี่ยม เมื่อทราบถึงปัญหาต่างๆ ของแขกหรือของเพื่อนร่วมงานแล้ว พยายามทำความเข้าใจและอดทนต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นอันเป็นผลจากปัญหาเหล่านั้น

นอกจากนี้ พิสมัย ปิชาติการ (2538, น. 50) กล่าวถึง พฤติกรรมต่างๆ ที่พนักงานต้อนรับไม่ควรกระทำ อาทิ ยืนคุยเรื่องส่วนตัวกับเพื่อนร่วมงานต่อหน้าแขก ยืนแต่งตัว หรือใช้มือเสียดกแต่งทรงผมบริเวณเคาน์เตอร์ หยอกล้อกับเพื่อนร่วมงาน ตะโกน หรือพูดเสียงดังกับเพื่อนร่วมงาน เคี้ยวหมากฝรั่ง หรือทอफी ไม่ให้ความสนใจต่อแขกที่มาติดต่อ ไม่สวมเครื่องแบบให้เรียบร้อย เป็นต้น

เมื่อประมวลความหมายและองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมบริการที่มีผู้กล่าวไว้ พอจะสรุปได้ว่า *พฤติกรรมบริการ* หมายถึง พฤติกรรมของผู้ให้บริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจ ซึ่งมีมาตรฐานที่ยอมรับกันตั้งแต่พฤติกรรมการแสดงออกที่มองเห็นได้ของผู้ให้บริการ (Visual) เช่น การยืน การยิ้ม การสบตา การไหว้ ท่วงท่าภาษากาย (Body Language) รวมถึงพฤติกรรมการใช้น้ำเสียงของผู้ให้บริการ (Voice) และพฤติกรรมการเลือกสรรถ้อยคำพูดขณะสื่อสารบริการ (Verbal) ซึ่งการแสดงพฤติกรรมของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการเหล่านี้เป็นไปตามมาตรฐานขั้นตอนการส่งมอบบริการ (Sequence of Service) ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ของโรงแรมนั่นเอง ซึ่งจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการวัดพฤติกรรมบริการ สามารถวัดได้หลายวิธี เช่น ใช้วิธีการสังเกต (Observation) วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus group) และวิธีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นต้น ซึ่งปรากฏให้เห็นในการวัดพฤติกรรมบริการของพาราสุรา

มาน (1983) ซึ่งได้ใช้วิธีการวัดโดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร และทำการสนทนากลุ่มกับ ผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ต่อมาได้วัดการให้บริการด้วยการใช้แบบสอบถามซึ่งมีข้อคำถาม 97 ข้อ ในแต่ละข้อมีมาตราส่วนวัด 7 ค่า ตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง 7 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ต่อมา ชไนเดอร์; วิลเลอร์; และ คอกซ์ (Schneider B., Wheeler, J. K., & Cox, J. F, 1992) ได้ศึกษา เรื่องจิตใจใฝ่บริการ (Passion for service) โดยการสัมภาษณ์พนักงานให้บริการทางการเงิน จาก 3 บริษัท กลุ่มตัวอย่าง 350 คน ใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม โดยเฉลี่ยกลุ่มละ 5 คน ให้กลุ่มตัวอย่าง บรรยายลักษณะองค์การของตนและบทบาทการให้บริการในความคิดของตนให้มากที่สุด และใน ตอนท้ายให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามการให้บริการ ที่ปรับปรุงมาจากแบบสอบถาม SERVQUAL ของพาราสุรามาน และคณะ (เนื่องจากแบบสอบถาม SERVQUAL ของพาราสุรา มานถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเป็นผู้ประเมินบริการที่ควรจะเป็นและบริการที่ได้รับจริง ในขณะที่ ชไนเดอร์และคณะ ให้พนักงานเป็นผู้ประเมินว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อบริการที่ได้รับจริงอย่างไร โดยชไนเดอร์ และ โบเวน (Schneider B. & Bowen, D. E., 1985) ได้นำผลที่ได้ไปหา ความสัมพันธ์กับการให้บริการที่ได้รับจริงที่ลูกค้าประเมินไว้ในการวิจัยก่อนหน้านี้ พบว่ามี ความสัมพันธ์กันสูง โดย ค่า r มากกว่า .65 จากธนาคาร 20 สาขา) ส่วนข้อมูลที่ได้จากการ สัมภาษณ์นั้นได้ถูกนำไปวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้จำแนก ข้อมูลแบบคุณภาพ (Qualitative Information) พบว่า การบรรยายลักษณะองค์การแบ่งได้เป็น 33 หมวด (Themes) จิตใจใฝ่บริการเป็นหนึ่งใน 33 หมวดนั้น และนำหมวดจิตใจใฝ่บริการไปหา ความสัมพันธ์กับ 32 หมวดที่เหลือ พบว่า พนักงานจะบรรยายลักษณะองค์การว่ามีจิตใจใฝ่บริการ เมื่อองค์การทราบความต้องการและการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ($r=.72$) เมื่อมี วิธีการจ้างงานที่เหมาะสม ($r=.64$) เมื่อมีการแจ้งผลการปฏิบัติงานตอบกลับ ($r=.46$) เป็นต้น

ในประเทศไทย ธานินทร์ สุวงศ์วาร (2541) ได้สร้างแบบสอบถามวัดการให้บริการ ของพนักงานโรงแรม โดยได้ดัดแปลงแบบวัดมาจากแบบวัด SERVQUAL ของพาราสุรามาน กลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 331 คน แบบสอบถามเป็นประโยคข้อความทางบวกและข้อความทางลบ มีการ หาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity Ratio: CVR) จากผู้เชี่ยวชาญในงานบริการ 15 ท่าน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .93 ต่อมาฉัตรฤดี สุกปลั่ง(2543) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ บุคลิกภาพและเชาวน์อารมณ์ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานโรงแรมชั้นหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการวัดแบบเดียวกันกับพาราสุรามาน โดยสร้างแบบวัดคุณภาพการบริการ ตามแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการของพาราสุรามานเพื่อใช้ในการวัดคุณภาพ การให้บริการของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร แบบวัดมีลักษณะเป็น

ประโยคข้อความ มีจำนวน 30 ข้อ เป็นแบบมาตราประเมินค่า 7 ระดับ โดยครอบคลุมองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อมั่นวางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .98 โดยให้หัวหน้างานเป็นผู้ประเมินแทนลูกค้า นอกจากนี้ วรรณฤดี ภูทอง (2539) ได้ใช้แนวคิดการประเมินคุณภาพบริการของพาราสุรามานในการสร้างแบบวัดคุณภาพบริการของพยาบาลกลุ่มตัวอย่างมี 3 กลุ่ม คือ ผู้บริหารระดับสูงของโรงพยาบาลและผู้บริหารระดับกลุ่มงานการพยาบาลรวม 89 คน พยาบาลผู้ให้บริการโดยตรงแก่ผู้ประกันตนจำนวน 399 คน และผู้ประกันตนจำนวน 400 คน แบบวัดมี 3 ฉบับ ฉบับที่ 1 สำหรับผู้บริหาร เป็นแบบสอบถามการจัดการด้านคุณภาพบริการพยาบาลที่ให้แก่ผู้ประกันตน มีจำนวน 17 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 7 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง (7) ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .86 ฉบับที่ 2 สำหรับพยาบาล เป็นแบบสอบถามคุณภาพการบริการพยาบาลที่ให้แก่ผู้ประกันตน มีจำนวน 30 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นประโยคข้อความ แบบมาตราส่วนประเมินค่า 7 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .87 และฉบับที่ 3 สำหรับผู้ประกันตน เป็นแบบสอบถามความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของพยาบาล มี 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นแบบสอบถามความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ และส่วนที่เป็นแบบสอบถามการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ แต่ละส่วนประกอบด้วยข้อความ 22 ข้อ จับคู่กันในแต่ละข้อความของการรับรู้และความคาดหวัง โดยมีเนื้อหาครอบคลุมองค์ประกอบ 5 ด้าน ตามเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการของพาราสุรามาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .92 และ .96 สุภาวดี ศรพรม (2541: 103) ได้สร้างแบบวัดคุณลักษณะของการบริการ แบบวัดมีลักษณะเป็นข้อความ จำนวน 65 ข้อ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมคุณลักษณะ 6 ด้าน เป็นแบบมาตราประเมินค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด” มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .89 ซึ่งต่อมาอุทุมพร สุราฤทธิ์ (2547) ได้นำมาดัดแปลงให้เหมาะสมกับบริบทที่ทำการศึกษา คือ ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรให้บริการของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ เป็นประโยคข้อความ จำนวน 15 ข้อ เป็นแบบมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .89 (ณัฐยา ลือชาภิตติกุล. 2546: 54) ได้สร้างแบบวัดพฤติกรรมการทำงานด้านบริการ มีลักษณะเป็นข้อความเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้า 5 ด้าน แบบวัดมีจำนวน 15 ข้อ เป็นแบบมาตราประเมินค่า 6 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .91 พัชรี ชูสมบัติ (2554) ทำการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่สามารถพยากรณ์คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมระดับห้าดาว โดยนำแบบวัดของ ฉัตรฤดี สุกปลั่ง (2543) ซึ่งสร้างขึ้นจากแนวคิดของพาราสุรามาน มาปรับวิธีวัดให้เป็นแบบมาตราประเมินค่า 6 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .98

ณัฐวดี อรินทร์ (2555) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่มีต่อสุขภาวะทางจิตและพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบของบุคลากรสาธารณสุขในจังหวัดชายแดนใต้ ในงานวิจัยนี้มีส่วนหนึ่งที่ต้องวัดพฤติกรรมกรรมการให้บริการ ได้ทำการสังเคราะห์และนำแนวคิดของพาราสุรามานมาประยุกต์ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่ศึกษา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .939

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดพฤติกรรมกรรมการให้บริการในบทบาทต่างๆ ได้มีการนำแนวคิดของพาราสุรามานและคณะมาประยุกต์ใช้และเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการ สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ เมื่อผู้วิจัยพิจารณาถึงแนวคิดทางพฤติกรรมกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมแล้วปรากฏว่ามีพฤติกรรมที่สอดคล้องที่สามารถนำแนวคิดของพาราสุรามานมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวัด ปรากฏดังรายละเอียดนี้

1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นของพนักงานโรงแรม เช่น การแต่งกาย กิริยาท่าทางในขณะที่ให้บริการ/อยู่ในพื้นที่ให้บริการ การดูแลความสะอาดเรียบร้อยของเสื้อผ้าและร่างกาย

2) ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะและความรู้ มีความใส่ใจ สุภาพ เป็นมิตร ซื่อสัตย์ และมีความปลอดภัยต่อผู้รับบริการ

5) การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการแต่ละคนที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น มีความเห็นอกเห็นใจและพร้อมที่จะช่วยเหลือ มีความอดทน ผู้รับบริการเข้าถึงและติดต่อได้ง่าย

เพื่อยืนยันข้อเท็จจริงในแนวทางเดียวกัน ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบการศึกษา พฤติกรรมการให้บริการของนักการศึกษาทั้งไทยและต่างประเทศ สามารถสรุปเป็นตารางแสดง ลักษณะการให้บริการและพฤติกรรมการให้บริการ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ลักษณะการให้บริการและพฤติกรรมการให้บริการของนักการศึกษาไทยและต่างประเทศ

ลักษณะของ กาให้บริการ (พาราสุมาน และคณะ, 1990)	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการให้บริการ			สรุปพฤติกรรม ตามลักษณะการ ให้บริการ
	Kasavana & Brooks (1991)	สุตารัตน์ ปธานราษฎร์ (2537)	พิสมัย ปโชติการ (2538)	
ความเป็น รูปธรรมของ การบริการ (Tangible)	- การแต่งกายที่ดูดี	- มีบุคลิกและหน้าตาดี - มีร่างกายเป็นปกติ มี ความสูงและน้ำหนัก สัมพันธ์กัน	- มีบุคลิกดี แต่งกาย สะอาดเรียบร้อย	- มีการแต่งกายที่ดูดี สะอาดเรียบร้อย - มีบุคลิกหน้าตาดี - มีร่างกายเป็นปกติ
ความเชื่อมั่น วางใจได้ (Reliability)	- ตรงเวลา - มีทัศนคติที่ดีต่อ งาน - มีวุฒิภาวะในการ ตัดสินใจ	- มีความซื่อสัตย์ - มีสายตาดู โสัดสัมพันธ์ดี	- มีความซื่อสัตย์ ตรง ต่อเวลา	- มีความซื่อสัตย์ - ตรงต่อเวลา - มีสายตาและโสด สัมพันธ์ดี - มีวุฒิภาวะในการ ตัดสินใจ
การตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	- มีลักษณะ กระฉับกระเฉง - มีทัศนคติที่ ช่วยเหลือเกื้อกูล ผู้อื่น - มีลักษณะที่เป็น มิตรไมตรี - มีอารมณ์ขัน	- การมีกริยาท่าทางที่ ตื่นตัวอยู่เสมอ - มีอารมณ์ดีและมี รอยยิ้ม - มีสุขภาพและจิตใจที่ดี อยู่เสมอ - มีการพูดที่ดี สำเนียง น่าฟัง	- มีอัธยาศัย อ่อนโยน สุภาพ - สำเนียงการพูดชัด ถ้อยชัดคำ สื่อ ความหมายได้ดี	- ความเป็นมิตร อ่อนโยน สุภาพ - มีกริยาท่าทางที่ ตื่นตัวอยู่เสมอ - อารมณ์ดี ยิ้มแย้ม - มีสุขภาพกายและ ใจที่ดี - ช่วยเหลือผู้อื่น - มีอารมณ์ขัน - มีการพูดที่

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะของ กาให้บริการ (พาราสุมาน และคณะ, 1990)	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการ			สรุปพฤติกรรม ตามลักษณะการ ให้บริการ
	Kasavana & Brooks (1991)	สุดารัตน์ ปธานราษฎร์ (2537)	พิสมัย ปโชติการ (2538)	
				สำเนียงดี ชัดถ้อย ชัดคำ และสื่อ ความหมายได้
การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ (Assurance)	- ตอบและพูดกับ ผู้รับบริการอย่าง เป็นเรื่องเป็นราว - มีความรู้สึกไวต่อ ความต้องการของ ผู้รับบริการ	-มีความทรงจำดี -รู้จักกาลเทศะ -มีความรู้ ภาษาต่างประเทศ -มีความเฉลียวฉลาดมี ไหวพริบ	-มีความเฉลียวฉลาด รอบรู้ในงาน -มีความสามารถใน การใช้ ภาษาต่างประเทศ	- มีความเฉลียว ฉลาดมีไหวพริบ รอบรู้ในงาน - มีความรู้ ภาษาต่างประเทศ - มีความทรงจำดี - รู้จักกาลเทศะ - มีความรู้สึกไวต่อ ความต้องการของ ผู้รับบริการ - ตอบและพูดกับ ผู้รับบริการอย่าง เป็นเรื่องเป็นราว

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะของ กาให้บริการ (พาราสุมาน และคณะ, 1990)	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาให้บริการ			สรุปพฤติกรรม ตามลักษณะการ ให้บริการ
	Kasavana & Brooks (1991)	สุดารัตน์ ปธานราชฎร์ (2537)	พิสมัย ปโชติการ (2538)	
การรู้จักและ เข้าใจใน ผู้รับบริการ (Empathy)	<ul style="list-style-type: none"> - เต็มใจและพร้อมทำงานเมื่อจำเป็น - เข้าใจทัศนะผู้อื่น - เต็มใจทำสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นแนวใหม่ - ทำงานร่วมกับผู้รับบริการและเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ได้ - ในสถานการณั้ คับขัน ควบคุมและสงบใจได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความอดทนและรู้จักควบคุมอารมณ์ - รักในอาชีพบริการ - ทนสมัยมเสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าใจสถานการณั้ต่าง ๆ เป็นอย่างดี - อดทนอดกลั้้นต่อสถานการณั้ต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าใจสถานการณั้ต่าง ๆ เป็นอย่างดี - อดทนอดกลั้้นต่อสถานการณั้ต่าง ๆ และรู้จักควบคุมอารมณ์แม้ในสถานการณั้คับขัน - เข้าใจทัศนะผู้อื่น - เต็มใจและพร้อมที่จะทำงานได้ในยามจำเป็น

จากตาราง 1 เมื่อพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของงานให้บริการ 5 ด้านร่วมกับแนวคิดด้านพฤติกรรมกาบริการของพนักงานโรงแรมตามแนวคิดของนักการศึกษาท่านอื่น ๆ (Kasavana & Brooks ,1991; & สุดารัตน์ ปธานราชฎร์, 2537 ;& พิสมัย ปโชติการ, 2538) พบว่า ลักษณะกาให้บริการ ประกอบด้วยพฤติกรรมย่อย ๆ คือ ในคุณลักษณะที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของกาบริการ กล่าวถึง บุคลิกภาพของพนักงาน คือ มีบุคลิกภาพที่ดี หน้าตาดี มีร่างกายเป็นปกติ และมีส่วนสูงสัมพันธ์กับน้ำหนัก คุณลักษณะที่ 2 ความเชื่อมั่นวางใจได้ แสดงถึง การมีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา

มีสายตาและโสตสัมผัสดีและมีวุฒิภาวะในการตัดสินใจ คุณลักษณะที่ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ คือ มีลักษณะเป็นมิตร อ่อนโยน สุภาพ มีกิริยาท่าทางที่ตื่นตัวอยู่เสมอ อารมณ์ดีและมีรอยยิ้ม สุขภาพกายและใจที่ดี ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีอารมณ์ขัน และ มีการพูดที่สำเนียงดี ชัดถ้อยชัดคำ และสื่อความหมายได้ คุณลักษณะที่ 3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ที่บ่ง

บอกถึงลักษณะของพนักงานในการให้บริการ ได้แก่ลักษณะเป็นมิตร อ่อนโยน สุภาพ มีกิริยาท่าทางที่ตื่นตัวอยู่เสมอ มีอารมณ์ดีและมีรอยยิ้ม มีสุขภาพกายและใจที่ดี ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีอารมณ์ขันและมีการพูดที่สำเนียงดี ชัดถ้อยชัดคำ และสื่อความหมายได้

คุณลักษณะที่ 4 การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ คือ พนักงานจะต้องมีความเฉลียวฉลาดมีไหวพริบ รอบรู้ในงาน มีความรู้ภาษาต่างประเทศ มีความทรงจำดี รู้จักกาลเทศะ มีความรู้สึกไวต่อความต้องการของผู้รับบริการ และตอบและพูดกับผู้รับบริการอย่างเป็นเรื่องเป็นราว คุณลักษณะที่ 5 การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ คือ เข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นอย่างดี อดทนอดกลั้นต่อสถานการณ์ต่าง ๆ และรู้จักควบคุมอารมณ์แม้ในสถานการณ์คับขัน เข้าใจทราบนะของผู้อื่น เข้าใจทัศนคติของผู้อื่น และเต็มใจและพร้อมที่จะทำงานได้ในยามจำเป็น

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการให้บริการ

หวัง และเพียร์สัน (Wang Youcheng; & Pearson, Thomas E, 2002) ได้ประเมินคุณภาพการบริการของโรงแรมในประเทศจีน เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 6 โรงแรม ประกอบด้วย 3 แผนก ได้แก่ แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการโรงแรม จำนวน 472 คน พบว่า ลักษณะการบริการของทั้ง 3 แผนกที่ลูกค้าพอใจ ได้แก่ ความเป็นมิตรไมตรี (Friendliness) และความเต็มใจที่จะให้บริการ (Willingness) ซึ่งสอดคล้องกับ เหยา ยี่ ฟู่ และพาร์ค (Yao Yi Fu; & Parks Sara C, 2001) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการในภัตตาคารและความจงรักภักดีของลูกค้าผู้สูงอายุ เพื่อต้องการทราบลักษณะของการบริการที่ทำให้ผู้สูงอายุกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป พบว่าผู้สูงอายุชอบลักษณะการบริการที่เป็นมิตร (Friendly service) และการให้ความเอาใจใส่เฉพาะตัว (Individual Attention) และสอดคล้องกับ วาลารี และคณะ (Valarie et al. 1990 อ้างถึงใน ไพบูลย์ อินทิสันท์, 2544, น. 15) ที่ศึกษาคุณภาพของการบริการ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้าคือ การใช้วาจาติดต่อสื่อสาร ประสพการณ์ในอดีต และมีมติที่เป็นตัวแทนในการประเมินที่จะนำไปสู่คุณภาพของการบริการ ได้แก่ การตอบสนองต่อลูกค้า ความชำนาญในงาน ความน่าเชื่อถือ การเข้าถึงในงานบริการ การติดต่อ สื่อสาร และการสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้า

ในประเทศไทย ปีตมา คงทอง (2547) ได้ทำวิจัยศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของนักศึกษาวิทยาลัยดุสิตธานี พบว่าองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ ความสามารถทั่วไป มนุษยสัมพันธ์ ทักษะทางวิชาชีพ

จิตสำนึกในการบริการ และความรับผิดชอบต่อ ซึ่งสอดคล้องกับ สุภาวดี ศรพรหม (2541) ที่ศึกษา การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นนักบริการที่ดีของพนักงานธนกรประจำธนาคารนครหลวงไทยจำนวน 934 คน พบว่า คุณลักษณะการเป็นนักบริการที่ดีของพนักงานธนกรจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ด้าน คือ ด้านความมั่นคงทางอารมณ์ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านจิตสำนึกในการบริการ และด้านความรับผิดชอบต่อ และสอดคล้องกับ ประวิทย์ สายทองคำ และคณะ (2541) ที่ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมชั้นนำพิเศษ ในกรุงเทพมหานคร 18 คน พบว่า ผู้บริหารโรงแรมมีความเห็นตรงกันว่าคุณลักษณะของโรงแรมระดับ 5 ดาว มีดังนี้ คือ ให้บริการดี ห้องพักสะอาด มีจำนวนห้องตั้งแต่ 250 ห้องขึ้นไป อาหารและเครื่องดื่มดี พนักงานสื่อสารภาษาทั้งไทยและอังกฤษได้เข้าใจ พนักงานให้บริการดี อุปกรณ์เครื่องใช้มีคุณภาพและทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีบริการห้องอาหาร การจัดเลี้ยง จัดประชุม และที่จอดรถที่เป็นมาตรฐาน ทำเลที่ตั้งดี บรรยากาศสวยงามหรูหรา มีความสะอาดสบาย นอกจากนี้ เพ็ญศรี เจริญวานิช และ สมจิตร จีงสงวนพร (2540) ได้วิจัยเรื่อง “การให้บริการของโรงแรมต่อผู้ใช้บริการ” ศึกษาเปรียบเทียบโรงแรมในประเทศไทย (หนองคาย) และในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงจันทน์) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของโรงแรมทั้งสองแห่ง ที่เหมือนกันคือ ปัญหาด้านบุคลากรไม่มีคุณภาพ ขาดความรู้ความสามารถด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร และด้านการบริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยจากอดีตถึงปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการให้บริการเกี่ยวข้องกับสัมพัทธ์กับพฤติกรรมของบุคคลผู้ทำหน้าที่ให้บริการ และมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันว่า เป็นเรื่องของ "คุณลักษณะทางบุคลิกภาพของตัวผู้ให้บริการในด้านต่างๆ"

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

ตัวแปรบุคลิกภาพในงานวิจัยนี้มีความสำคัญในฐานะตัวแปรต้นที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการ แต่ด้วยตัวแปรตัวนี้มีการศึกษากันมาเป็นเวลานานจากหลายสำนักทฤษฎี จึงต้องทำความเข้าใจให้ชัดเพื่อเจาะจงความหมายและองค์ประกอบของตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้

3.1 ความหมายของบุคลิกภาพ

สำหรับความหมายของบุคลิกภาพได้มีนักจิตวิทยาหลายท่านให้ความหมายไว้หลายทัศนะดังนี้

ฮอลพอร์ต (สูนีย์ ศรีสง่าตระกูลเลิศ, 2546, น. 6 อ้างอิงจาก Allport. 1976) ให้ความหมายว่า บุคลิกภาพคือ ลักษณะส่วนรวมที่เปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละบุคคล ซึ่งมีระบบทางกายและจิตกำหนดให้บุคคลมีการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างจากผู้อื่น

อนาสตาซี (วิมลพร พันธุมนตรี, 2534: อ้างอิงจาก Anastasi, 1968, น.111) กล่าวว่า บุคลิกภาพของบุคคลเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพันธุกรรมกับสิ่งแวดล้อม พันธุกรรมเดียวกันแต่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกันอาจก่อให้เกิดบุคลิกภาพต่างกัน หรือแม้แต่ในสภาพแวดล้อมและพันธุกรรมเดียวกันก็อาจทำให้เกิดบุคลิกภาพต่างกัน

แมคแคนเนล (McCannell J.V, 1974, p. 610) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นลักษณะนิสัยที่บุคคลคิดและแสดงพฤติกรรมออกมาเป็นแบบแผน เพื่อใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ลักษณะนิสัยที่กล่าวนี้หมายถึง ค่านิยม แรงจูงใจ เจตคติ อารมณ์ ความสามารถด้านต่าง ๆ มโนภาพแห่งตนรวมทั้งสติปัญญา

สำหรับนักวิชาการไทยหลายท่านก็ได้สรุปสาระสำคัญของความหมาย “บุคลิกภาพ” ซึ่งสอดคล้องกับนักจิตวิทยาที่ได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นดังนี้

นवलละออ สุภาผล (2527, น. 206) กล่าวถึงความหมายของบุคลิกภาพตามทฤษฎีบุคลิกภาพของแคทเทล (Cattell) ว่า คือ สิ่งที่จะช่วยให้สามารถพยากรณ์ได้ว่าบุคคลจะทำอย่างไรในสถานการณ์ที่กำหนดให้ จุดมุ่งหมายในการวิจัยเชิงจิตวิทยาบุคลิกภาพ เพื่อสร้างกฎว่าบุคคลที่มีความแตกต่างกันนั้นจะทำพฤติกรรมใดเมื่ออยู่ในสังคมและสิ่งแวดล้อมปกติ บุคลิกภาพเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่เปิดเผยและซ่อนอยู่ภายใน

เชิดศักดิ์ โฆวาสินธุ์ (2520, น. 3) ได้กล่าวถึงความหมายของบุคลิกภาพไว้ว่า คือ ลักษณะนิสัยที่รวมกันเป็นแบบฉบับเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล และเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งพิจารณาได้จากรูปแบบพฤติกรรมของบุคคลนั้น

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543, น. 216) กล่าวว่า บุคลิกภาพหมายถึง ลักษณะโดดเด่นของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งแสดงออกแบบนั้นอยู่ประจำกับสถานการณ์เฉพาะอย่างจนเกิดเป็นนิสัยถาวร

ในขณะเดียวกัน ศรีเวื่อน แก้วกังวาล (2539, น. 5 -6) ได้ให้ความหมายว่า บุคลิกภาพ คือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่าง ๆ ทั้งส่วนภายนอกและภายใน โดยส่วนภายนอก คือ ส่วนที่มองเห็น เช่น รูปร่างหน้าตา กิริยามารยาท การแต่งตัว วิธีการพูดจา ส่วนภายในคือ ส่วนที่มองเห็นได้ยาก แต่อาจทราบได้โดยการอนุมาน เช่น สติปัญญา อารมณ์ ความถนัด ลักษณะต่าง ๆ ของบุคลิกภาพไม่สามารถแยกออกเป็นส่วน ๆ ออกจากกันและกันได้โดยเด็ดขาด ทุก ๆ ส่วนของบุคลิกภาพต่างมีความสัมพันธ์กันและกันมีผลกระทบต่อกัน บุคลิกภาพของมนุษย์ถูกหล่อหลอมด้วยพันธุกรรมและวัฒนธรรม การเรียนรู้วิธีการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นนามธรรมและวัตถุ บุคลิกภาพของบุคคลมีทั้งส่วนที่เป็นพื้นผิวและส่วนที่เป็น

นิสัยแท้จริง บางส่วนของบุคลิกภาพถูกซ่อนเร้นหรือถูกปิดบังโดยจงใจและไม่จงใจ บุคลิกภาพของบุคคลมีทั้งส่วนร่วมซึ่งเป็นลักษณะสากลและส่วนที่เป็นลักษณะเฉพาะตัว

จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ผลรวมของพฤติกรรมทั้งหมดของบุคคลทั้งที่เปิดเผยและซ่อนเร้น อันได้แก่ ลักษณะท่าที การแสดงออก สีหน้า ท่าทาง ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ พฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกนั้นมีลักษณะเฉพาะในแต่ละบุคคล เป็นลักษณะนิสัยที่เป็นแบบแผน เพื่อให้ในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม จนเกิดเป็นนิสัยถาวร บุคลิกภาพที่แสดงออกมาของบุคคลจะเป็นเช่นไรนั้น เป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อบุคคลนั้น เช่น เงื่อนไขทางสังคม วัฒนธรรม ทัศนคติ การรับรู้ตนเอง ดังนั้นบุคคลจึงมีลักษณะทางบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีบุคลิกภาพพอสรุปได้ว่ามี 4 กลุ่มทฤษฎี ได้แก่

1) กลุ่มทฤษฎีจิตวิเคราะห์แนวฟรอยด์ (Freudian Psychoanalysis) กลุ่มทฤษฎีนี้อธิบายโครงสร้างทางบุคลิกภาพว่า ประกอบด้วย 1) อิด เป็นพลังที่ติดตัวมาแต่กำเนิด มีฐานมาจากความต้องการทางชีววิทยาที่สำคัญ 2) ประการ คือ ความต้องการทางเพศ และความก้าวร้าว 3) อีโก้ เป็นพลังที่พัฒนามาจากการเรียนรู้โลกตามความเป็นจริงตั้งแต่วัยเด็กเพื่อสนองพลังอิด โดยนำพลังซูเปอร์อีโก้ เข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณาในการตอบสนองพลังดังกล่าว 3) ซูเปอร์อีโก้ เป็นพลังที่พัฒนามาจากกระบวนการเรียนรู้ของบุคคลในสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ ซึ่งเริ่มตั้งแต่บุคคลอายุประมาณ 2-3 ปี โดยพฤติกรรมของบุคคลจะแสดงออกอย่างไรขึ้นอยู่กับการทำงานร่วมกันอย่างเหมาะสมของโครงสร้างที่ว่านี้ แต่ในความเป็นจริงหลายครั้งการแสดงออกของบุคคลมิได้เกิดจากการทำงานร่วมกันอย่างเหมาะสมสมดุลของพลัง อิด อีโก้ ซูเปอร์อีโก้ เพราะบ่อยครั้งพลังทั้ง 3 มีภาวะขัดแย้งกัน ส่งผลให้บุคคลเกิดความหวาดกลัวและสับสน จึงเสนอกลไกป้องกันตนเองในรูปแบบต่างๆ เรียกว่า กลไกป้องกันตนเอง (Defense Mechanism) ยกตัวอย่างเช่น การหาเหตุผลเข้าข้างตนเอง (Rationalization) การเก็บกด (Repression) การตัดทอน (Projection) เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มนี้ยังเสนอและอธิบายถึงขั้นตอนเกี่ยวกับพัฒนาการของบุคลิกภาพ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้น เกี่ยวข้องกับการแสวงหาความสุขของบุคคลในช่วงวัยเด็ก เริ่มตั้งแต่แรกเกิด จนถึงวัย 20 ปี อันจะส่งผลต่อพฤติกรรมในช่วงวัยถัดไปด้วย พอสรุปใจความสำคัญได้ว่า เมื่อบุคคลมีความสุขในแต่ละช่วงวัยที่แตกต่างกันก็จะทำให้พฤติกรรมแสดงออกในแต่ละช่วงอายุแตกต่างกันด้วย

2) กลุ่มทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioral theory) เป็นการอธิบายถึงบุคลิกภาพว่า ยึดหยุ่นได้ อยู่ภายใต้อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมทางชีวภาพและสังคม การกระทำของ

บุคคลเป็นผลมาจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมภายนอก การเรียนรู้เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนอง บุคคลอาจเกิดการตอบสนองในสิ่งเร้าเดียวกันต่างกัน นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้ เช่น จอห์น บี. วอตสัน บี. เอฟ. สกินเนอร์ เป็นต้น

3) กลุ่มทฤษฎีมนุษยนิยม (Humanistic theory) กลุ่มนี้เชื่อว่า มนุษย์มีธรรมชาติที่ใฝ่ดี สร้างสรรค์แต่ความดี ปราศจากความเจริญวิวัฒนาการแห่งตัวตนและบุคลิกภาพของตน รู้คุณค่าในตัวเอง มีความรับผิดชอบในชีวิต และที่สำคัญคือ มนุษย์ปราศจากความประจักษ์ชัดตัวตน ถ้ามนุษย์อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อความวิวัฒนาการจะพัฒนาไปสู่ความดีงาม ความเจริญของบุคลิกภาพและวุฒิภาวะเสมอ นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้ เช่น อับราฮัม มาสโลว์ คาร์ล โรเจอร์ส เฮนรี เอ. เมอร์เรย์ แอริค ฟรอมม์ เป็นต้น

4) กลุ่มทฤษฎีลักษณะนิสัย (Trait theory) เป็นทฤษฎีบุคลิกภาพที่มีมุมมองว่า ลักษณะนิสัยหรือความเคยชินมีมากมายหลากหลายประการ เช่น ความเป็นมิตร ความกระตือรือร้น นักทฤษฎีในกลุ่มนี้พยายามศึกษาบุคลิกภาพอย่างเป็นระบบระเบียบด้วยวิธีการทางสถิติ ครอบคลุมบุคลิกภาพปัจเจกชนและบุคลิกภาพประจำสังคมและวัฒนธรรมต่างๆ กลุ่มนี้เชื่อว่าถ้ารู้ลักษณะนิสัยหลักๆ ของคนใดคนหนึ่ง ก็สามารถเข้าใจหรือทำนายลักษณะนิสัยใจคอของบุคคลนั้นได้อย่างค่อนข้างแม่นยำ ลักษณะนิสัยของบุคคลมีทั้งลักษณะนิสัยร่วม (Common trait) และลักษณะนิสัยที่โดดเด่นเฉพาะบุคคล (Personal trait) นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้ เช่น กอร์ดอน เอ็ม. อัลลพอร์ต ซึ่งเชื่อว่าการศึกษาลักษณะนิสัยอาจดูได้จากลักษณะทางกาย และหรือ ระบบประสาท แต่ เรมอนด์ บี. แคทเทลล์ กลับเชื่อว่าต้อง "ทำการวัด" พฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้ (Overt behavior) ผลจากการวัดจะทำให้เข้าใจบุคลิกภาพด้านอื่นๆ และบุคลิกภาพด้านในด้วย ซึ่งการวัดนั้นจะต้องมีการทำวิจัยอย่างรัดกุม ด้วยเครื่องมือที่มีความเที่ยงตรง ใช้กระบวนการทางสถิติที่ซับซ้อนสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Multivariate statistics และ Factor analysis

โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะจึงศึกษาบุคลิกภาพตามแนวคิดของ "กลุ่มทฤษฎีลักษณะนิสัย" (Trait theory) เพราะเป็นกลุ่มทฤษฎีที่อธิบายลักษณะนิสัยพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะคงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบุคคล มีกระบวนการในการศึกษาที่เป็นระบบระเบียบ ใช้วิธีการทางสถิติมาช่วยในกระบวนการวิเคราะห์ ซึ่งกลุ่มทฤษฎีที่จัดว่าเป็นทฤษฎีลักษณะนิสัย เช่น ทฤษฎีของ กอร์ดอน อัลลพอร์ต (Gordon Allport) ทฤษฎีบุคลิกภาพ 16 องค์ประกอบ (16 PF) ของ เรมอนด์ บี. แคทเทลล์ (Raymond B. Cattell) ทฤษฎีเก็บตัว-แสดงตัว ของ ไอแซก (Eysenck) และทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (The Big Five) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกทฤษฎีบุคลิกภาพห้า

องค์ประกอบมาทำการศึกษา เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้อย่างกว้างขวางในบริบทที่หลากหลาย จึงขอกล่าวถึงเฉพาะทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาเท่านั้น มีรายละเอียดดังนี้

3.2 ความเป็นมาของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ดิกแมน (Digman J.M, 1990) ได้เรียบเรียงความเป็นมาของแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไว้ดังนี้

เริ่มจากอัลพอร์ตและอดเบิร์ต (Allport G. W., & Odbert, H. S, 1936) ได้พยายามจัดระบบของภาษาที่ใช้อธิบายบุคลิกภาพของมนุษย์ โดยรวบรวมคำคุณศัพท์ที่อธิบายถึงบุคลิกภาพจากพจนานุกรมในภาษาอังกฤษ ซึ่งงานของเขามีผลโดยตรงต่อการศึกษานบุคลิกภาพของแคทเทล (Cattell) ในเวลาต่อมา แคทเทล (Cattell R.B, 1943) ได้นำลักษณะต่างๆ ของบุคลิกภาพที่สามารถอธิบายบุคลิกภาพของบุคคลทั่วไป ที่ปรากฏในภาษาอังกฤษมาแยกแยะด้วยวิธีการทางสถิติที่เรียกว่า “การวิเคราะห์องค์ประกอบ” (Factor analysis) จนเหลือลักษณะบุคลิกภาพพื้นฐาน 16 ลักษณะ ซึ่งแคทเทลได้นำลักษณะบุคลิกภาพพื้นฐานทั้ง 16 ลักษณะนี้มาสร้างเป็นแบบวัดบุคลิกภาพเรียกว่า “16 PF” (Cattell, 1970) ซึ่งในช่วงต้นๆ ของการศึกษาของแคทเทลนั้น ฟิสก์ (Fiske D.W, 1994) นำงานของแคทเทล มาศึกษาซ้ำด้วยมาตรวัดของแคทเทลที่เรียกว่า “21 Bipolar Scales” แต่ไม่พบองค์ประกอบใดที่ซับซ้อนไปกว่าองค์ประกอบห้าด้าน (Five factors solution) ต่อมาทูปส์และคริสตัล (Tupes E.C. ; และ Christal R.E, 1961) ได้รายงานผลการศึกษาที่ใช้มาตรวัด 30 Bipolar Scales ของแคทเทล โดยได้ผลเช่นเดียวกับการศึกษาของฟิสก์ (Fiske) คือ ไม่พบองค์ประกอบใดที่มีความซับซ้อนมากไปกว่าองค์ประกอบห้าด้าน (Five factors) ดังนั้นพวกเขาจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของงานก่อนหน้าของแคทเทล และงานของฟิสก์ พบองค์ประกอบของบุคลิกภาพห้าด้าน คือ การแสดงออก (Surgency) การประนีประนอม (Agreeableness) การพึ่งพาได้ (Dependability) ความมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional stability) และวัฒนธรรม (Culture)

ต่อมา นอร์แมน (Norman W.T, 1963; 1967) ได้ศึกษาโครงสร้างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบซ้ำ และได้เสนอว่า โครงสร้างห้าองค์ประกอบมีความเพียงพอที่จะใช้เป็นอนุกรมวิธาน (Taxonomy หรือ Systematics) ของบุคลิกภาพ องค์ประกอบทั้งห้าที่นอร์แมนพบ คือ การแสดงออก (Surgency) การประนีประนอม (Agreeableness) การมีจิตสำนึก (Conscientiousness) ความแปรปรวนทางอารมณ์ (Emotional Instability) และวัฒนธรรม (Culture)

ในปี 1981 โกลด์เบิร์ก (John O. P. 1990: อ้างถึงใน ; Goldberg L, 1981) ตั้งชื่อองค์ประกอบทั้งห้าที่ค้นพบโดยทูปส์และคริสตัล (Tupes E.C. ; และChristal R.E. 1961) ว่า “The Big Five” และโกลด์เบิร์ก ยังได้นำคำคุณศัพท์ที่อธิบายบุคลิกภาพจากงานของออลพอร์ทและออดเบิร์ต (Allport G. W., & Odbert, H. S, 1936) มาปรับให้ทันสมัยด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบเน้นศัพท์ (Lexical Approach) (John O. P, 1990: in ; Goldberg D. E, 1989) ซึ่งองค์ประกอบห้าด้านที่ได้จากการศึกษานี้ คือ การแสดงออก (Surgency) การประนีประนอม (Agreeableness) การมีจิตสำนึก (Conscientiousness) ความมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional stability) และเชาวน์ปัญญา (Intelligence)

คอสตาและแมคเคร (Costa P.T.;& McCrae, R.R, 1992) ร่วมกันศึกษาแนวคิดทฤษฎีของไอแซงค์ (Eysenck H. J, 1970) ซึ่งแบ่งกลุ่มลักษณะนิสัยออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ 1) กลุ่มเก็บตัว (Introverted) - แสดงตัว (Extroverted) 2) กลุ่มหวั่นไหว (Neuroticism) - ความมั่นคงทางจิตใจ (Stability) ต่อมาไอแซงค์ (Eysenck H. J., & Eysenck, S. B. G, 1975) ได้เสนอลักษณะของบุคลิกภาพอีกลักษณะหนึ่งเรียกว่า “Psychoticism” โดยบุคคลที่มีลักษณะอยู่ในกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเห็นแก่ตัว ก้าวร้าว เย็นชา และไม่ค่อยคิดถึงคนอื่น คอสตาและแมคเคร (McCrae R. R., & Costa, P. T., Jr, 2003) ได้พิจารณาทฤษฎีของไอแซงค์ (Eysenck) ร่วมกับแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของนอร์แมน (Norman W.T. 1963) และพัฒนาขึ้นเป็นบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ โดยในช่วงแรกบุคลิกภาพที่อธิบายลักษณะของมนุษย์ตามแนวคิดของแมคเครและคอสตา มีเพียง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความหวั่นไหว (Neuroticism) การเปิดเผย (Extraversion) และการเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience) ต่อมาพวกเขาพบว่าองค์ประกอบที่พัฒนาขึ้นนั้นมีความคล้ายคลึงกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมาก จึงได้เพิ่มองค์ประกอบอีกสองด้าน คือ ด้านการประนีประนอม (Agreeableness) และด้านการมีจิตสำนึก (Conscientiousness) จนกลายเป็นบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบในที่สุด

จากผลการศึกษาหลายครั้งของนักจิตวิทยาหลายท่านที่ได้ทำการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อวิเคราะห์ห้าองค์ประกอบบุคลิกภาพที่ใช้แบ่งหมวดหมู่ของลักษณะที่อธิบายบุคลิกภาพของมนุษย์ในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่า มีการยอมรับในหมู่นักวิจัยอย่างกว้างขวางว่าบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (The big five) สามารถใช้เป็นอนุกรมวิธานที่มีความหมายสำหรับแบ่งหมวดหมู่ของบุคลิกภาพ (Digman J.M. 1990) ซึ่งอนุกรมวิธานนี้มีความโดดเด่นอย่างคงที่ในการศึกษาระยะยาวจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน ได้แก่ การประเมินด้วยตนเอง การประเมินโดยคู่สมรส การประเมินด้วยบุคคลที่คุ้นเคยและเพื่อน ด้วยแบบทดสอบ

บุคลิกภาพและแนวคิดทฤษฎีที่หลากหลายภายในกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านอายุ เพศ เชื้อชาติ และภาษา (Mount M. K., Barrick, M. R., & Strauss, J. P. 1994) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านภาษา แม้ว่าต้นกำเนิดของแนวคิดนี้จะถูกวิเคราะห์โดยใช้คำคุณศัพท์ด้านบุคลิกภาพในภาษาอังกฤษ แต่ได้มีการนำไปศึกษาในภาษาอื่นๆ อีกมากมาย เช่น ภาษาเยอรมัน ภาษาดัตช์ ภาษาอิตาลี ภาษาฮังการี ภาษาเชค ภาษาฟิลิปปินส์ เป็นต้น ซึ่งรวมถึงการศึกษาของคอสตาและแมคเคร (Costa & McCrae, 1976) ที่ศึกษาในภาษาโปรตุเกส ภาษาฮิบรู ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่น

เนื่องจากนักจิตวิทยาได้ศึกษาบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบตามพื้นฐานแนวคิดทฤษฎีของตนอย่างหลากหลาย ทำให้มีการตั้งชื่อองค์ประกอบแต่ละด้านแตกต่างกันไปบ้าง ตามที่เสนอให้เห็นข้างต้นแล้ว แต่เป็นที่ปรากฏในงานวิจัยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาว่า การเรียกชื่อองค์ประกอบแต่ละด้านตามแนวคิดบุคลิกภาพของคอสตาและแมคเคร (Costa P.T.; & McCrae, R.R, 1992) ได้ถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลาย โดยองค์ประกอบบุคลิกภาพห้าด้านตามแนวคิดของคอสตาและแมคเคร ประกอบด้วย 1) บุคลิกภาพด้านหวั่นไหว (Neuroticism) 2) บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Extraversion) 3) บุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์ (Openness) 4) บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน (Agreeableness) และ 5) บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness)

ในที่นี้ผู้วิจัยขอกล่าวถึงทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ คอสตาและแมคเคร เป็นสำคัญเนื่องจากเป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3.3 ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคเคร

เมื่อกล่าวถึงทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five Factor Theory : FFT) ของคอสตาและแมคเคร (McCrae; & Costa, 2003) ผู้วิจัยขออธิบายว่า แนวคิดของทฤษฎีนี้จะมีค่า 2 ค่าที่คนส่วนใหญ่อาจยังเข้าใจคลาดเคลื่อน คือ โมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five Factor Model: FFM) กับทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five Factor Theory : FFT) จึงขออธิบายดังนี้

โมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five Factor Model: FFM) หรือที่คนไทยส่วนใหญ่ใช้ในการวิจัยว่า ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบนั้น แท้จริงแล้วเป็นเพียงโมเดล ซึ่งจะอธิบายถึงลักษณะทางบุคลิกภาพที่แบ่งออกเป็น 5 ด้าน เพื่อใช้อธิบายถึงลักษณะของบุคคลในแต่ละด้านว่ามีคุณลักษณะประกอบด้วยนิสัยอย่างไรบ้าง ได้ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีวิเคราะห์องค์ประกอบของแคทเทิล เช่นเดียวกันกับนักวิจัยทางบุคลิกภาพหลายท่านที่ใช้ทฤษฎีของแคท

เทลเป็นพื้นฐาน แต่จุดมุ่งหมายในการพัฒนาทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคแคร์ คือการบรรยายลักษณะของบุคลิกภาพ ไม่ใช่มุ่งหมายที่จะอธิบายสาเหตุของการเกิดขึ้น และการส่งผลต่อสิ่งถัดไป โดยคอสตาและแมคแคร์ (Costa; & McCrae, 1992) ได้แบ่งบุคลิกภาพออกเป็นห้าด้าน แต่ละด้านมีลักษณะสำคัญดังนี้

1) ด้านหวั่นไหว (Neuroticism) หมายถึง เป็นผู้ที่มีความวิตกกังวล (Anxiety) ความรู้สึกเป็นศัตรูอย่างโกรธเคือง (Angry hostility) ความรู้สึกซึมเศร้า (Depression) การคำนึงถึงแต่ตนเอง (Self-consciousness) การมีแรงกระตุ้นในตนเองสูง (Impulsiveness) และมีอารมณ์เปราะบาง (Vulnerability) โดยที่

1.1) มีความวิตกกังวล (Anxiety) หมายถึง บุคคลที่มีความว้าวุ่น หวาดกลัว มีแนวโน้มที่จะวิตกกังวล ตึงเครียด กระสับกระส่าย

1.2) ความรู้สึกเป็นศัตรูอย่างโกรธเคือง (Angry hostility) เป็นลักษณะที่บ่งชี้แนวโน้มของความโกรธ และภาวะที่เกี่ยวข้อง เช่น หงุดหงิดและความขุ่นเคือง

1.3) ความรู้สึกซึมเศร้า (Depression) เป็นผู้ที่มีความรู้สึกผิด เศร้า สิ้นหวัง และว่าเหว เป็นผู้ที่มีความท้อแท้ง่าย

1.4) การคำนึงถึงแต่ตนเอง (Self-consciousness) เป็นลักษณะผู้ที่มีอารมณ์ความรู้สึกเต็มไปด้วยความละอาย รู้สึกไม่สบายใจที่จะมีผู้อื่นอยู่แวดล้อม ไวต่อการแสดงออกที่ผู้อื่นมีต่อตนเอง และมีแนวโน้มที่จะรู้สึกต่ำต้อย รู้สึกอาย หรือรู้สึกกังวลกับการเข้าสังคม

1.5) การมีแรงกระตุ้นในตนเองสูง (Impulsiveness) หมายถึง การไม่สามารถที่จะควบคุมแรงกระตุ้น และความต้องการของตนเอง

1.6) มีอารมณ์เปราะบาง (Vulnerability) หมายถึง ความอ่อนแอต่อความเครียด ไม่สามารถเผชิญกับความเครียดได้ เป็นผู้ที่ต้องพึ่งพาผู้อื่น เป็นคนสิ้นหวังตื่นตระหนกเมื่อประสบกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

2) ด้านการแสดงตัว (Extraversion) หมายถึง การเป็นผู้ที่มีความอบอุ่น (Warmth) ความชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น (Gregariousness) การแสดงออกแบบตรงไปตรงมา (Assertiveness) การชอบมีกิจกรรม (Activity) ชอบแสวงหาความตื่นเต้น (Excitement Seeking) การมีอารมณ์ด้านบวก (Positive emotions)

2.1) การเป็นผู้มีความอบอุ่น (Warmth) หมายถึง การเป็นผู้ที่มีความรักและเป็นมิตรต่อผู้อื่น เป็นผู้ที่มีความรักผู้อื่นอย่างแท้จริง

2.2) ความชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น (Gregariousness) หมายถึง ความชอบที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นเป็นหมู่คณะ

2.3) การแสดงออกแบบตรงไปตรงมา (Assertiveness) หมายถึง ผู้ที่กล้าที่จะแสดงความเป็นผู้นำ หรือเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในกลุ่ม

2.4) การชอบมีกิจกรรม (Activity) หมายถึง ผู้ที่มีความว่องไว ตื่นตัว มีความต้องการทำกิจกรรมอยู่เสมอ

2.5) ชอบแสวงหาความตื่นเต้น (Excitement-seeking) หมายถึง ผู้ที่ชอบสิ่งแวดล้อมที่มีสีสันสดใส

2.6) การมีอารมณ์ด้านบวก (Positive emotions) หมายถึง ผู้ที่มีความสนุกสนาน มีความสุข มีความหวัง และมองโลกในแง่ดี

3) ด้านเปิดรับประสบการณ์ (Openness) หมายถึง การเป็นคนช่างฝัน (Fantasy) ความสุนทรีย์ (Aesthetics) การเปิดเผยความรู้สึก (Feeling) การปฏิบัติ (Actions) การมีความคิด (Idea) การยอมรับค่านิยม (Values)

3.1) การเป็นคนช่างฝัน (Fantasy) หมายถึง ผู้ที่มีชีวิตเต็มไปด้วยจินตนาการและความฝัน เห็นความสำคัญของอนาคต

3.2) ความสุนทรีย์ (Aesthetics) หมายถึง ผู้ที่ห่วงใยกับงานและความงดงามในงานศิลปะ บทกวี

3.3) การเปิดเผยความรู้สึก (Feeling) หมายถึง การเป็นผู้ที่รับรู้อารมณ์และความรู้สึกภายในตนเอง

3.4) การปฏิบัติ (Actions) หมายถึง ผู้ที่พร้อมจะลองทำกิจกรรมใหม่ๆ ชอบความแปลกใหม่หลากหลายกว่าความเคยชินที่ปฏิบัติอยู่

3.5) การมีความคิด (Idea) หมายถึง การมีความคิดที่จะเปิดรับเหตุการณ์หรือเรื่องราวใหม่ๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

3.6) การยอมรับค่านิยม (Values) หมายถึง การมีความพร้อมที่จะตรวจสอบค่านิยมต่างๆ ทั้งค่านิยมทางสังคม การเมือง และศาสนา

4) ด้านอ่อนโยน (Agreeableness) หมายถึง การเป็นผู้ไว้ใจผู้อื่น (Trust) ความตรงไปตรงมา (Straight forwardness) ความรู้สึกเอื้อเฟื้อ (Altruism) การยอมตามผู้อื่น (Compliance) การถ่อมตน (Modesty) และความมีจิตใจอ่อนโยน (Tender mindedness)

4.1) การเป็นผู้ไว้ใจผู้อื่น (Trust) หมายถึง การที่เชื่อว่าผู้อื่นมีความซื่อสัตย์และเจตนาดี

4.2) ความตรงไปตรงมา (Straight forwardness) หมายถึง การมีความจริงใจที่จะปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างตรงไปตรงมา

4.3) ความรู้สึกเอื้อเฟื้อ (Altruism) หมายถึง ผู้ที่มีความห่วงใยในสวัสดิภาพของผู้อื่น เป็นผู้ที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น

4.4) การยอมตามผู้อื่น (Compliance) หมายถึง ผู้ที่มีลักษณะอ่อนโยนตอบสนองต่อการกระทำของผู้อื่นอย่างสุขุม

4.5) การถ่อมตน (Modesty) หมายถึง ผู้ที่ถ่อมตน ไม่ชมว่าตนเองเหนือผู้อื่น

4.6) ความมีจิตใจอ่อนโยน (Tender mindedness) หมายถึง ผู้ที่ให้ความสำคัญต่อความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น มีความห่วงใยต่อความต้องการของผู้อื่น

5) ด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) หมายถึง การมีความสามารถ (Competence) ความเป็นระเบียบ (Order) การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ (Dutifulness) การมีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement striving) การมีวินัยต่อตนเอง (Self-discipline) และความคิดที่สามารถปฏิบัติได้ (Deliberation)

5.1) การมีความสามารถ (Competence) หมายถึง ผู้ที่สามารถจัดการกับชีวิตตนเองได้มีความเป็นเหตุเป็นผล และมีประสิทธิภาพในตนเอง

5.2) ความเป็นระเบียบ (Order) หมายถึง ผู้ที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

5.3) การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ (Dutifulness) หมายถึง ผู้ที่ยึดมั่นในหลักการทางจริยธรรมและปฏิบัติตามคำมั่นที่ให้ไว้

5.4) การมีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Striving) หมายถึง การทำงานหนักเพื่อประสบความสำเร็จในงานตามเป้าหมาย

5.5) การมีวินัยต่อตนเอง (Self-discipline) หมายถึง ความสามารถที่จะเริ่มและปฏิบัติงานให้สำเร็จ แม้ว่าเต็มไปด้วยความเบื่อหน่ายหรืออุปสรรคก็ตาม

5.6) ความคิดที่สามารถปฏิบัติได้ (Deliberation) หมายถึง การมีความคิดที่สามารถปฏิบัติได้ มีความระมัดระวังในการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

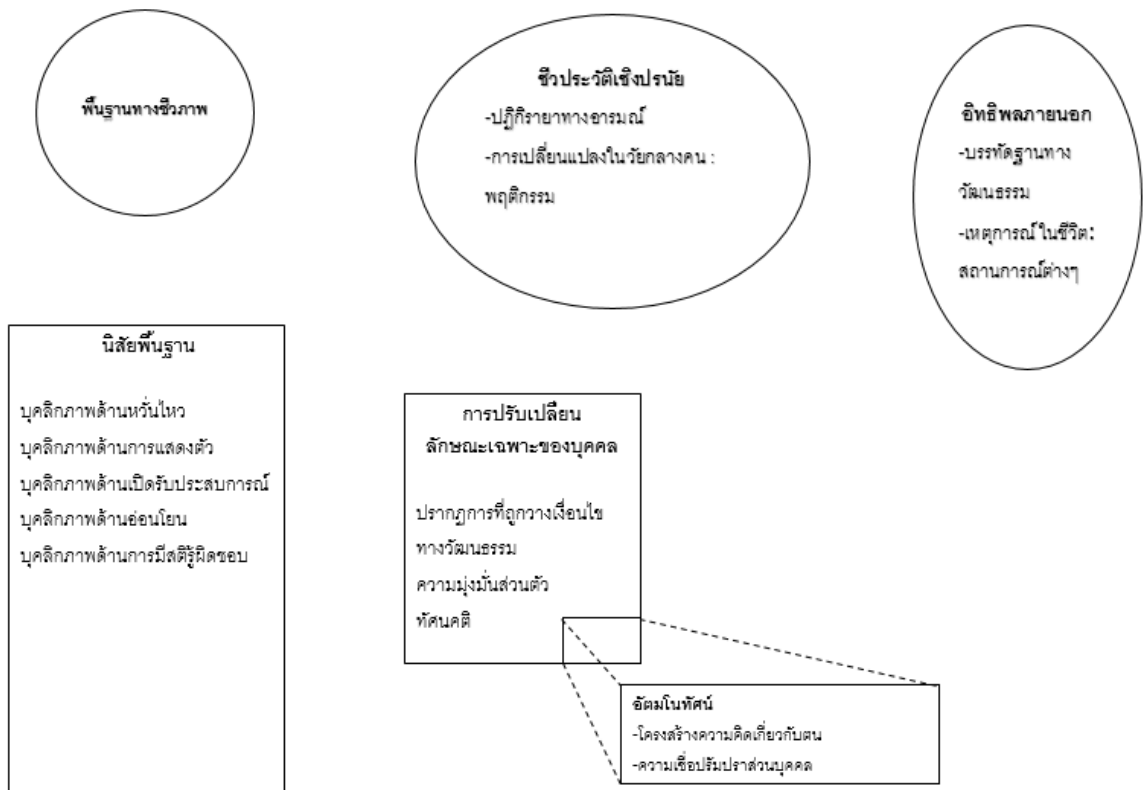
สิ่งที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นการอธิบายถึงลักษณะทางบุคลิกภาพของมนุษย์ที่สามารถจำแนกออกได้เป็นห้าด้านหรือห้าองค์ประกอบ (Five Factor Model) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five Factor Theory)

ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five Factor Theory : FFT) เป็นการอธิบายกลไกการทำงานของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการก่อเกิดลักษณะทางบุคลิกภาพทั้งห้าด้าน และกลไกการทำงานต่างๆ ที่จะส่งผลต่อพฤติกรรม ซึ่งสามารถอธิบายว่ามีการทำงานอย่างเป็นระบบ ดังจะเสนอต่อไปนี้

1. ส่วนประกอบของบุคลิกภาพตามทฤษฎีห้าองค์ประกอบ

เพื่อให้เข้าใจเกี่ยวกับระบบของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบได้ชัดเจนขึ้น จำเป็นต้องทราบถึงส่วนประกอบ (Components) ความเชื่อพื้นฐาน (Postulates) และปฏิบัติการ (Operation) ของระบบบุคลิกภาพตามทฤษฎีนี้ แสดงดังภาพประกอบต่อไปนี้





ภาพประกอบ 3 ส่วนประกอบของระบบบุคลิกภาพตามทฤษฎีห้าองค์ประกอบ
สี่เหลี่ยมผืนผ้าแทนส่วนประกอบของแกนกลาง วงรีแทนส่วนประกอบรอบนอก

ที่มา: (McCrae R. R.; & Costa Jr., P. T., 2003)

จากภาพประกอบ 3 คือ ภาพส่วนประกอบของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ โดยรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า 3 รูป หมายถึงส่วนประกอบสำคัญที่เป็นศูนย์กลาง รูปวงรี 3 วง ส่วนประกอบที่อยู่รอบนอก ในส่วนของพื้นฐานทางชีวภาพ (Biological Bases) และอิทธิพลจากภายนอก (External Influence) จัดเป็นส่วนประกอบนำเข้า (inputs) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ของบุคลิกภาพกับร่างกายและกับสิ่งแวดล้อมสำหรับส่วนประกอบที่เป็นชีวประวัติเชิงปรนัย (Objective Biography) เป็นส่วนประกอบที่เป็นผลผลิต (Output) อันหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่มีบุคคลกระทำ คิด หรือรู้สึก ที่เกิดขึ้นตลอดช่วงชีวิตของบุคคล ชีวประวัติเชิงปรนัยมีความแตกต่างไปจากเรื่องเล่าชีวิต (Life narrative) ที่มีลักษณะเป็นชีวประวัติเชิงอัตนัย (Subjective Biography) ที่อาจมีความไม่ถูกต้องและอาจมีการเลือกจำในบางประเด็น

ส่วนประกอบสำคัญเป็นศูนย์กลาง ประกอบด้วยส่วนประกอบ 3 ส่วน คือ พื้นนิสัย (Basic Tendencies) คุณลักษณะจากการปรับตัว (Characteristic Adaptation: CA) และอัตมโนทัศน์ (Self-Concept) จากภาพประกอบ 3 ให้เห็นว่าอัตมโนทัศน์อยู่ในส่วนของ คุณลักษณะจากการปรับตัว อีกทั้งอัตมโนทัศน์เป็นส่วนที่นักจิตวิทยาสนใจและเห็นว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญ จึงถูกนำมาขยายความเพื่อให้เข้าใจคุณลักษณะจากการปรับตัว (CA) ชัดเจนยิ่งขึ้น

หัวใจของทฤษฎี คือ ความแตกต่างระหว่างส่วนประกอบด้านพื้นนิสัย กับ ส่วนประกอบด้านคุณลักษณะจากการปรับตัว สำหรับส่วนประกอบพื้นนิสัย เป็นสมรรถนะและ นิสัยเชิงนามธรรมของบุคคล ในขณะที่คุณลักษณะจากการปรับตัวเป็นโครงสร้างเชิงรูปธรรมที่ ได้มาภายหลัง ซึ่งพัฒนาขึ้นมาในขณะที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นพื้นนิสัย จึงเป็น ส่วนประกอบที่มีความมั่นคง ส่วนคุณลักษณะจากการปรับตัวเป็นส่วนประกอบที่เปลี่ยนแปลงได้

แม้ว่าทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบจะพุ่งความสนใจอย่างมากไปที่ลักษณะ นิสัยทางบุคลิกภาพ (Personality Traits) แต่ต้องเข้าใจว่าส่วนประกอบด้านพื้นนิสัยยังประกอบไปด้วยส่วนอื่นๆ อีกมากมาย ได้แก่ ความสามารถในการรู้คิด พรสวรรค์ด้านศิลปะ ความพอใจทาง เพศ และกลไกทางจิตใจทั้งหมดที่อยู่ภายใต้การเรียนรู้ การรับรู้ และทำหน้าที่ทางจิตวิทยาอื่นๆ ยกตัวอย่าง เช่น สมรรถนะที่จะเรียนรู้ทางภาษา เป็นพื้นนิสัยซึ่งมนุษย์ทุกคนมีความสามารถนี้ แต่ ความรู้ภาษาฝรั่งเศสหรือภาษาอื่นๆ ไม่ใช่พื้นนิสัย แม้จะเป็นคนที่เกิดในวัฒนธรรมนั้นก็ตาม แต่มัน เป็นคุณลักษณะจากการปรับตัว ดังนั้นทักษะที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้งหมดเป็นคุณลักษณะจากการ ปรับตัว เช่น นิสัย ความสนใจ ทักษะคิด ความเชื่อ ความปรารถนา และกลไกการจัดการปัญหาของ บุคคล คุณลักษณะที่ปรับได้บางอย่าง เช่น ภาษา จะมีความคงทนยาวนาน แต่บางอย่างอาจ เปลี่ยนได้มากกว่า

2. ความเชื่อพื้นฐาน (Postulates) ของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

1) พื้นนิสัย (Basic Tendencies)

1.1) ด้านเอกตบุคคล (Individuality) เชื่อว่าผู้ใหญ่ทุกคนมีคุณลักษณะที่ แตกต่างกันตามลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ (Personality Traits) ที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม

1.2) ด้านจุดเริ่มต้น (Origin) คือ ลักษณะนิสัยของบุคคล (Personality Traits) เกิดขึ้นมาจากพื้นนิสัย (Basic Tendencies)

1.3) ด้านพัฒนาการ (Development) เป็นลักษณะนิสัย (Traits) พัฒนาขึ้นมาตลอดช่วงวัยเด็กและเจริญเต็มที่ในวัยผู้ใหญ่ หลังจากนั้นแล้วจะคงที่

1.4) ด้านโครงสร้าง (Structure) เป็นลักษณะ (Traits) ถูกจัดระบบตามลำดับชั้นจากแคบและเฉพาะเจาะจงไปสู่กว้างและทั่วไป ดังนี้ คือ แบบห้วนไหว แบบแสดงตัว แบบเปิดรับประสบการณ์ แบบอ่อนโยน และแบบมีสติรู้ผิดชอบ ตามลำดับ

2) คุณลักษณะจากการปรับตัว (Characteristic Adaptations: CA)

2.1) ด้านการปรับตัว (Adaptation) ในช่วงเวลาหนึ่งๆบุคคลได้ตอบสนองสิ่งแวดล้อม โดยค่อยๆปรากฏรูปแบบการคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพและการปรับตัวก่อนหน้านี้

2.2) ด้านการปรับตัวไม่ได้ (Maladjustment) ในขณะเวลาใดก็ตาม การปรับตัวอาจไม่ได้เป็นไปในทางที่ดีตามค่านิยมทางวัฒนธรรมหรือเป้าหมายส่วนบุคคล

2.3) ด้านความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลง (Plasticity) คุณลักษณะจากการปรับตัวจะเปลี่ยนแปลงไปต่อการเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาหนึ่งๆเพื่อได้ตอบกับภาวะของร่างกาย การเปลี่ยนแปลงในสิ่งแวดล้อมหรือการจัดกระทำบางอย่าง

3) ชีวประวัติเชิงปรนัย (Objective Biography)

3.1) ด้านสิ่งกำหนดพหุคุณ (Multiple Determination) การกระทำและประสบการณ์ในช่วงเวลาหนึ่ง เป็นการงานที่มีความซับซ้อนของคุณลักษณะจากการปรับตัวทั้งหมด ซึ่งเกิดจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม

3.2) ด้านวิถีทางของชีวิต (Life course) บุคคลมีแผน ตารางเวลา และเป้าหมายที่ทำให้มีการจัดระเบียบการกระทำในช่วงเวลาที่ยาวนานในรูปแบบที่สอดคล้องกับลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ

4) อัตมโนทัศน์ (Self-Concept)

4.1) ด้านโครงสร้างทางความคิด (Self-Schema) บุคคลเก็บรักษามุมมองเกี่ยวกับตนเองในด้านการรู้คิดและอารมณ์ความรู้สึกซึ่งสามารถเข้าถึงได้ในจิตสำนึก

4.2) ด้านการรับรู้แบบเลือกสรร (Selective Perception) ข้อมูลในอัตมโนทัศน์เป็นสิ่งที่ถูกเลือกสรรในลักษณะที่ (1) สอดคล้องกับลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ (2) ให้ความรู้สึกถึงความเข้มแข็งในการมองโลก (Sense of Coherence) ต่อบุคคล

5) อิทธิพลภายนอก (External Influences)

5.1) ด้านปฏิสัมพันธ์ (Interaction) สิ่งแวดล้อมทางสังคมและกายภาพมีปฏิสัมพันธ์กับนิสัยทางบุคลิกภาพ (Personality Dispositions) เพื่อพัฒนาคุณลักษณะจากการปรับตัว รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับคุณลักษณะจากการปรับตัวเพื่อควบคุมพฤติกรรม

5.2) ด้านสติสัมปชัญญะ (Apperception) บุคคลใส่ใจและแปลความ
สิ่งแวดล้อมในรูปแบบที่สอดคล้องกับลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ

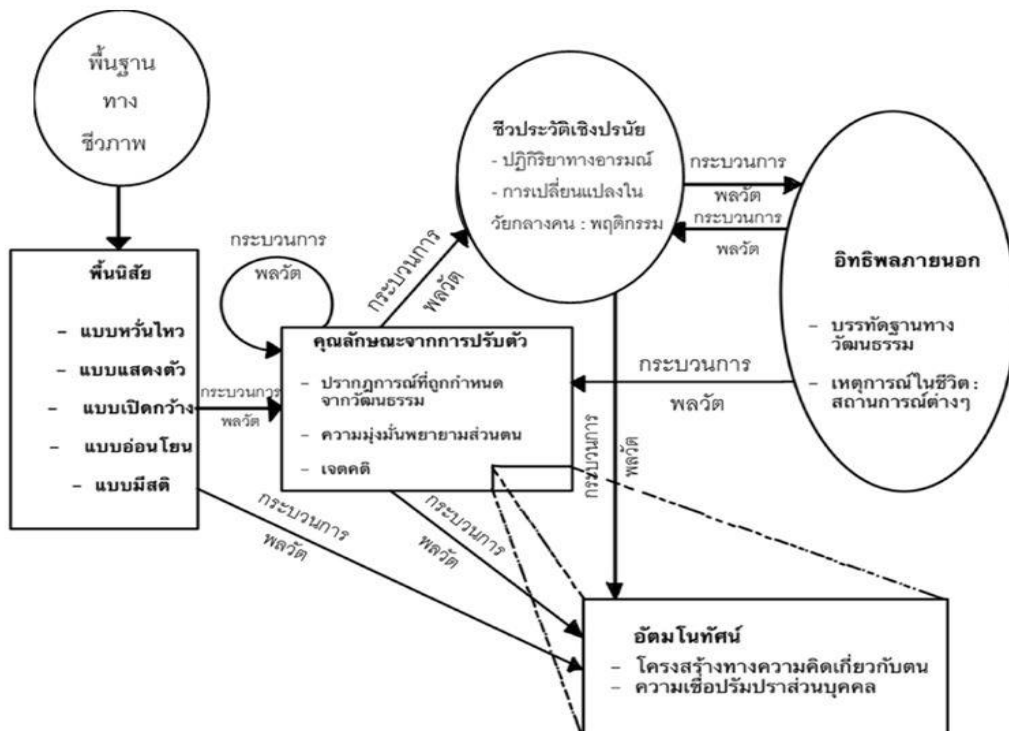
5.3) ด้านการแลกเปลี่ยนกัน (Reciprocity) บุคคลมีอิทธิพลอย่างเลือกสรร
ต่อสิ่งแวดล้อมที่เขาได้ตอบ

6) กระบวนการพลวัต (Dynamic Processes)

6.1) ด้านพลวัตสากล การทำหน้าที่อย่างต่อเนื่องของบุคคลในการปรับตัว
และการแสดงออกมาเป็นความคิดต่อความรู้สึกและพฤติกรรมถูกควบคุมในบางส่วนโดยการเรียนรู้คิด
อารมณ์ความรู้สึกและกลไกการตัดสินใจ ที่เป็นสากล

6.2) ด้านพลวัตเฉพาะอย่าง (Differential Dynamics) กระบวนการพลวัต
บางอย่างได้รับผลกระทบที่ต่างออกไปตามพื้นนิสัยและลักษณะนิสัยของบุคลิกภาพของบุคคล

ปฏิบัติการของระบบบุคลิกภาพตามทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ แสดงให้
เห็นตามภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 ปฏิบัติการของระบบบุคลิกภาพตามทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

จากภาพประกอบ 4 ปฏิบัติการของระบบบุคคลิกภาพตามทฤษฎีห้าองค์ประกอบ แสดงให้เห็นอิทธิพลเชิงสาเหตุที่กระทำผ่านกระบวนการพลวัต (Dynamic Processes) ทั้งนี้ กระบวนการพลวัตเป็นกระบวนการที่ควบคุมปฏิสัมพันธ์ของส่วนประกอบ โดยมีกระบวนการที่เกี่ยวข้องหลายอย่าง เช่น การรับรู้ การจัดการกับปัญหา การแสดงบทบาท การให้เหตุผล การวางแผนระยะยาว เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามทฤษฎีบุคคลิกภาพห้าองค์ประกอบกล่าวถึงกระบวนการเพียงเล็กน้อย เนื่องจากต้องการพิจารณาปฏิบัติการในภาพรวมไม่ได้ลงรายละเอียดว่าทำงานอย่างไร ซึ่งในกรณีใดๆ ก็ตาม รายละเอียดเหล่านั้นหลายอย่างจะต้องได้มาจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ เช่น การรู้คิด ประสาทวิทยา และการเปลี่ยนทัศนคติ เป็นต้น ในการพิจารณาถึงปฏิบัติการของระบบบุคคลิกภาพตามทฤษฎีบุคคลิกภาพห้าองค์ประกอบจะเริ่มต้นพิจารณาที่ส่วนประกอบสุดท้ายที่เป็นผลผลิต คือ *ชีวประวัติเชิงปรนัย* ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่บันทึกสะสมทุกสิ่งทุกอย่างที่บุคคลกระทำและมีประสบการณ์มา ทั้งนี้สิ่งที่บุคคลกระทำในช่วงเวลาหนึ่งก็คือ *พฤติกรรม* นั่นเอง โดยนักจิตวิทยาที่มีชื่อเสียง Kurt Lewin กล่าวว่าพฤติกรรมเป็นฟังก์ชันของบุคคลและสิ่งแวดล้อม มีความหมายว่าพฤติกรรมขึ้นอยู่กับบุคคลและสิ่งแวดล้อม เขียนเป็นสมการได้ว่า

$$B = f(P, E)$$

เมื่อ B แทน พฤติกรรม

P แทน บุคคล

E แทน สิ่งแวดล้อม

f แทน ฟังก์ชัน

แต่ทฤษฎีห้าองค์ประกอบมีคำตอบที่ต่างออกไปเล็กน้อยจากความเชื่อพื้นฐานเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ที่เชื่อว่าพฤติกรรมเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ของคุณลักษณะจากการปรับตัวกับอิทธิพลภายนอก จึงอาจสรุปเป็นสมการได้ว่า

$$B = f(CA, EF)$$

เมื่อ B แทน พฤติกรรม

CA แทน คุณลักษณะจากการปรับตัว

EF แทน อิทธิพลจากภายนอก

f แทน ฟังก์ชัน

ตัวอย่างเช่น “โจนได้รับคำเชื้อเชิญเป็นต้วดูโอเปรา (EF) แต่โจนไม่ชอบโอเปรามานานแล้ว (CA) ดังนั้นเธอจึงปฏิเสธคำเชื้อเชิญ (OB: ชีวประวัติเชิงปรนัย)”

ในความเป็นจริงแม้แต่พฤติกรรมทำที่สุดที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆที่ยกตัวอย่างมา เช่น โจนต้องเข้าใจภาษาในการเชื่อเชิญ เธอต้องพิจารณาความสัมพันธ์กับคนที่เชื่อเชิญ เธอต้องจำความรู้สึกเกี่ยวกับโอเปร่า (ส่วนหนึ่งของอัตมโนทัศน์) เธอต้องทำตามคำสั่งที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติในการปฏิเสธการเชื่อเชิญและอื่นๆ จึงเป็นไปได้ที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมโดยไม่มีเครือข่ายที่ซับซ้อนของทักษะ ความเชื่อ และค่านิยม ที่ยอมให้บุคคลมีปฏิสัมพันธ์อย่างมีความหมายกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม เครือข่ายดังกล่าวมันคือสิ่งที่ทฤษฎีบุคคลิกภาพห่าองค์ประกอบเรียกว่า คุณลักษณะจากการปรับตัว (Characteristic Adaptation: CA)

จากภาพประกอบ 4 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมมีผลที่ตามมาโดยตัวของมันเองคือ ส่งผลกลับมาที่อัตมโนทัศน์ (ทำให้ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวเองของโจนเข้มแข็งขึ้น) และส่งผลกลับมาที่สิ่งแวดล้อมด้วย (โจนจะได้รับคำเชื่อเชิญเป็นครั้งสุดท้ายจากเพื่อนคนนั้น) เพื่อให้เข้าใจถึงบทบาทของส่วนประกอบด้านลักษณะนิสัย จำเป็นต้องพิจารณาถึงความเชื่อพื้นฐานเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์กับการปรับตัว (Interaction and Adaptation Postulates) ดังที่นำเสนอมาแล้วในตอนต้น ความเชื่อพื้นฐานเหล่านี้ อธิบายถึงจุดเริ่มต้นของ คุณลักษณะจากการปรับตัว ว่าเกิดจากปฏิสัมพันธ์ของพื้นนิสัยกับอิทธิพลภายนอก เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$CA = f(BT, EF)$$

เมื่อ BT แทน พื้นนิสัย

CA แทน คุณลักษณะจากการปรับตัว

EF แทน อิทธิพลจากภายนอก

f แทน ฟังก์ชัน

ในความเป็นจริง สิ่งที่เป็นเหตุผลให้เรียกองค์ประกอบนี้ว่า Characteristics Adaptation ก็คือคำว่า Characteristic สะท้อนถึงปฏิบัติการของลักษณะนิสัยทางบุคคลิกภาพที่มั่นคง และคำว่า Adaptations บ่งบอกว่ามันถูกดัดแปลงเพื่อตอบสนองข้อเรียกร้องและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อม ลักษณะนิสัยทางบุคคลิกภาพมีอิทธิพลต่อ CA หนึ่งๆ มากกว่าอีกอย่างหนึ่งได้ การที่เราจะกินอาหารโดยใช้ตะเกียบไม้หรือใช้ด้อมกับมีดขึ้นอยู่กับว่าเราเกิดในที่ใด แต่บุคคลิกภาพก็อาจเข้ามาแทรกแซงได้ คนที่ชอบผจญภัยอยากรู้ อยากเห็น เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ก็มักจะชอบเรียนรู้วัฒนธรรมต่างชาติ เหมือนเช่น การกินด้วยส้อมกับมีด ถ้าย้อนกลับไปดูตัวอย่างที่แล้วในเรื่องที่โจนไม่ชอบไปดูละครโอเปร่า พบว่า CA อาจเป็นผลของประสบการณ์ชีวิตและการปิดรับความสุนทรีย์ ถ้าเธอเป็นคนที่ปิดรับความสุนทรีย์มากเท่าไร เธอก็อาจจะไม่เคยแม้แต่ได้ยินเกี่ยวกับโอเปร่าและสร้างความเชื่อตามกิตติศัพท์ของมันแต่เพียงอย่างเดียว หรือบางทีเธออาจจะเคย

ไปดูโอเปร่าหนึ่งหรือสองครั้ง และพบว่าไม่มีอะไรที่น่าสนใจเลย ทำให้เธอค้นพบว่าเธอสบายใจมากที่สุดที่ได้อยู่กับสิ่งที่ติดดิน อยู่กับผู้คนธรรมดาทั่วๆ ไป และคนเหล่านั้นได้แบ่งปัน ส่งเสริม รสนิยมด้านดนตรีให้กับเธอ การเปิดรับประสบการณ์ที่เป็นลักษณะฐานราก จึงมีอิทธิพลต่อการพัฒนา CA ซึ่งจะมีการเสริมแรงซึ่งกันและกันในลักษณะที่ไม่เฉพาะเจาะจง

7. จุดเริ่มต้นของลักษณะนิสัย (Traits)

พื้นฐานนิสัย (Basic Tendencies) โดยเฉพาะลักษณะทางบุคลิกภาพ (Personality traits) มีจุดเริ่มต้นอย่างไร ถ้าย้อนกลับไปดูความเชื่อมั่นพื้นฐานในเรื่องจุดเริ่มต้นของพื้นฐานนิสัย จะพบว่าลักษณะนิสัย (Traits) เกิดมาจากพื้นฐานนิสัย และจากภาพประกอบ 2 และ 3 จะพบว่าส่วนประกอบด้านพื้นฐานนิสัยมาจากพื้นฐานทางชีวภาพ ซึ่งต่างไปจากทฤษฎีบุคลิกภาพอื่นๆ ทั้งหมด ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่ยอมรับอิทธิพลใดๆ ของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ ด้วยเหตุนี้บุคลิกภาพจึงมีความมั่นคง เราจะเห็นได้ชัดว่าชีวิตของแต่ละบุคคลเปลี่ยนแปลงไปเมื่อเวลาเปลี่ยนไป และจะเปลี่ยนแปลงอย่างมากสำหรับบางคน ถ้าลักษณะนิสัยถูกตัดแปลงจากสิ่งแวดล้อม เราก็คงคาดหวังที่จะเห็นการเปลี่ยนแปลงของลักษณะนิสัยเมื่อเวลาเปลี่ยนไปด้วย แต่เรากลับพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย ดังนั้น ลักษณะนิสัยจึงไม่อาจถูกตัดแปลงได้จากสิ่งแวดล้อม ข้อสรุปนี้มีหลักฐานสนับสนุนจากการศึกษาด้านพันธุศาสตร์ (Genetics) มีการศึกษาฝาแฝดที่เลี้ยงดูด้วยกันและฝาแฝดที่เลี้ยงแยกกัน พบผลที่สอดคล้องกันว่า ครั้งหนึ่งของความแปรปรวนในคะแนนลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพเกิดจากยีน และแทบไม่พบอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมร่วม (Shared Environment) ของครอบครัว สิ่งแวดล้อมร่วมของครอบครัวประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างในครอบครัวที่ส่งผลต่อเด็ก เช่น ตัวแบบของพ่อแม่ ค่านิยมของครอบครัว วิธีการเลี้ยงดู อาหาร ศาสนา และอื่นๆ ซึ่งเอกสารทางพันธุศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมระบุว่า ไม่มีสิ่งใดที่กล่าวมา ที่ดูเหมือนจะตัดแปลงลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพของผู้ใหญ่ได้ ข้อสรุปนี้ได้รับการสนับสนุนจากการศึกษาฝาแฝดเทียมและฝาแฝดแท้ แต่ที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุด คือ การศึกษาลูกบุญธรรม พบว่าเด็กที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับทางด้านชีวภาพซึ่งถูกเลี้ยงดูในครอบครัวเดียวกัน กลับไม่มีบุคลิกภาพที่สอดคล้องกันเลยตอนเป็นผู้ใหญ่ แต่อาจจะนับถือศาสนาเดียวกัน พูดสำเนียงเหมือนกัน หรือชอบอาหารชนิดเดียวกัน แต่ไม่มีความเหมือนกันในบุคลิกภาพ การแสดงตัว (Extraversion) หรือ ความมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) มากไปกว่าคน 2 คน ที่สุ่มมาจากประชากร

จากข้อมูลทางพันธุศาสตร์ สรุปว่า ลักษณะทางบุคลิกภาพในผู้ใหญ่เป็นผลมาจากยีน ไม่ได้มาจากสิ่งแวดล้อม แต่ยังไม่มียีนที่บ่งชี้ทางชีวภาพอื่นๆ ที่นอกเหนือยีน มีผู้ชี้ให้เห็นว่ายีนเสมือนเป็นพิมพ์เขียว (Blueprint) หรือแผนงาน แต่ในเส้นทางที่เป็นจริงของพัฒนาการ โดยเฉพาะพัฒนาการในระยะตัวอ่อน พบว่าพิมพ์เขียวไม่ได้เป็นไปตามแผนตายตัวที่กำหนดไว้ มีกรณีการผ่าเหล่า ฮอร์โมนที่พบภายในมดลูก และปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตสุดท้าย นี่คือเหตุผลที่ว่า ทำไมฝาแฝดจึงไม่เหมือนกันเสียทีเดียว แม้แต่ลักษณะทางกายภาพ เช่น ส่วนสูง หรือลายนิ้วมือ แต่ก็ไม่ใช่เหตุผลที่จะคาดหวังว่าลักษณะทางบุคลิกภาพควรจะแตกต่างกันในประเด็นดังกล่าวนี้ มีกลไกทางชีวภาพอื่นๆ อีกหลายอย่างที่ส่งผลกระทบต่อบุคลิกภาพ ในศตวรรษที่ 19 มีกรณีที่ Phineas Gage ที่รอดชีวิตจากอุบัติเหตุถูกท่อนเหล็กเสียบเข้าไปในสมอง พบว่า Gage มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะบุคลิกภาพ เขากลายเป็นคนที่หุนหันงิด อนุเฉียว และอารมณ์ร้อน นักประสาทวิทยาได้พบหลักฐานสนับสนุนกรณีเกี่ยวกับการบาดเจ็บที่สมองและเกิดการเปลี่ยนแปลงในบุคลิกภาพในทำนองเดียวกัน กระบวนการของโรคสามารถส่งผลกระทบต่อสมองและส่งผลไปยังลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ Siegler และคณะ (Siegler et al., 1999 อ้างถึงใน McCrae & Costa, 2003) เป็นคนแรกๆ ที่แสดงให้เห็นถึงผลโรคสมองเสื่อม (Dementia) ที่คล้ายกับโรคอัลไซเมอร์ต่อลักษณะทางบุคลิกภาพ ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ การเสื่อมถอยอย่างรวดเร็วของบุคลิกภาพแบบมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) ความผิดปกติทางจิตใจอื่นๆ เช่น โรคจิตเภท (Schizophrenia) และอารมณ์ซึมเศร้าฉับพลันที่ส่งผลกระทบต่อลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพด้วยเช่นกัน แต่การรักษาทางยาทำให้ผลการรักษาต่างๆ เหล่านี้ กลับมาเหมือนเดิมได้ จากกรณีตัวอย่างที่ยกมา จึงมีเหตุผลที่จะกล่าวว่าสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อพื้นนิสัย โดยการผันแปรปัจจัยทางชีวภาพที่เป็นฐานราก ดังนั้น ตามภาพประกอบ 4 อาจปรับปรุงโดยการเพิ่มลูกศรระหว่างอิทธิพลภายนอกกับพื้นฐานทางชีวภาพ ซึ่งก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อลักษณะสำคัญของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

8. พัฒนาการของลักษณะนิสัยและทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

แม้ว่าทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบจะไม่ได้ให้บทบาทกับประสบการณ์ชีวิตในการปรับปรุงลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ แต่ก็ยอมรับว่าระดับของลักษณะนิสัยเปลี่ยนแปลงตามช่วงชีวิต ซึ่งแมคเคอร์และคอสตา กล่าวถึงลักษณะนิสัยไว้ในปี ค.ศ. 1996 ว่า ลักษณะนิสัยพัฒนาตลอดช่วงวัยเด็กและมีรูปแบบที่สมบูรณ์ในวัยผู้ใหญ่ หลังจากนั้นจะมีความคงที่ แต่ในปี ค.ศ. 1999 พวกเขายอมรับว่าจำเป็นต้องปรับปรุงข้อความใหม่ เพราะมีหลักฐานว่า มีการเปลี่ยนแปลง

เล็กน้อยแต่มั่นคงหลังอายุ 30 ปีไปแล้ว ในลักษณะนิสัย 3 ด้าน คือ ด้านหวั่นไหว ด้านการแสดงตัว และด้านเปิดรับประสบการณ์

เมื่อพิจารณาว่าลักษณะนิสัยพัฒนาขึ้นมาได้อย่างไร ตั้งแต่ระยะวัยรุ่นเป็นต้นไป แมคเครและคอสตา อธิบายโดยการเชื่อมโยงฐานรากทางยีนร่วมด้วยกันกับพัฒนาการตลอดช่วงวัยในการพัฒนาลักษณะนิสัย แม้ว่ายีนที่เป็นฐานรากของลักษณะนิสัยจะไม่เปลี่ยนแปลง แต่อิทธิพลของยีนหรือการทำงานของยีนมีลักษณะเป็นพลวัต (เช่นปรับเปลี่ยนตามวุฒิภาวะ) ยีนกำหนดพัฒนาการไม่เพียงในระยะเวลาตัวอ่อนเท่านั้น แต่ยังกำหนดการเจริญเติบโตในวัยทารกจนถึงวัยผู้ใหญ่ ส่วนต่างๆ ของสมองยังคงเจริญต่อเนื่องไปจนถึงอายุ 20 กว่าๆ การเพิ่มขึ้นของน้ำหนักในวัยทองและวัยกลางคนถูกโปรแกรมไว้แล้วในนาฬิกาชีวภาพ (Biological clocks) ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบเพียงแค่มโนทัศน์พัฒนาการของลักษณะนิสัยทางชีวภาพเข้าไปกับนาฬิกาชีวภาพ โดยเชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพอาจเกิดจากวุฒิภาวะของร่างกายที่เป็นไปตามธรรมชาติ มีหลักฐาน 3 แนวทาง ที่สนับสนุนความเชื่อนี้ ประการแรก พบว่าความแตกต่างระหว่างวัยรุ่นกับวัยผู้ใหญ่จะเหมือนๆ กันในเกือบทุกวัฒนธรรม ทั้งๆ ที่แต่ละวัฒนธรรมมีความแตกต่างกันมากมาย ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา การอบรมเลี้ยงดู ระเบียบประเพณี และอื่นๆ ข้อมูลเหล่านี้สอดคล้องกับทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สาเหตุที่พัฒนาการเป็นแบบเดียวกันในทุกสถานที่ ทุกวัฒนธรรม ก็เพราะมันถูกกำหนดขึ้นมาในเผ่าพันธุ์มนุษย์ ประการที่สอง จากการติดตามศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นฝาแฝดอายุตั้งแต่ 18 จนถึงอายุ 30 ปี โดย McGue et al, (McGue et al, 1993 อ้างถึงใน McCrae R. R.; & Costa Jr., P. T, 2003) ผลการศึกษา พบการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องกับข้อค้นพบของแมคเครและคอสตา ยกตัวอย่าง ฝาแฝดมีปฏิริยาต่อความเครียดลดลง(ลักษณะนิสัยด้านหวั่นไหว) และมีผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้น (ลักษณะนิสัยด้านมีสติรู้ผิดชอบ) แต่ก็มีความแตกต่างระหว่างบุคคลด้วย คือ บางคนมีการลดปฏิริยาต่อความเครียดอย่างมาก ในขณะที่บางคนลดลงเล็กน้อย McGue และคณะ อธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ถ่ายทอดได้ คือ เมื่อฝาแฝดคนหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงมาก อีกคนหนึ่งก็จะเปลี่ยนแปลงมากด้วยเช่นกัน ข้อมูลเหล่านี้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่านาฬิกาชีวภาพที่ถูกยีนโปรแกรมไว้เป็นตัวควบคุมพัฒนาการของลักษณะนิสัย ประการที่สาม เป็นหลักฐานจากการศึกษาเปรียบเทียบ ในปี ค.ศ. 1997 King และ Figueredo (King & Figueredo, 1997 อ้างถึงใน McCrae R. R.; & Costa Jr., P. T, 2003) ขอให้ผู้ดูแลสวนสัตว์เป็นผู้ประเมินลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพของลิงชิมแปนซีจากการประเมิน พบองค์ประกอบเดิม แต่ก็พบองค์ประกอบอื่นๆ อีกห้าองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกับองค์ประกอบในทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของมนุษย์ และยังพบว่าลักษณะนิสัย

ด้านหน้าไหลลดลง และด้านอ่อนโยนเพิ่มขึ้นตามอายุ มีความเป็นไปได้ว่ามนุษย์กับลิงชิมแปนซีซึ่งเป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมที่ใกล้เคียงมนุษย์มากที่สุดมีโปรแกรมของยีนในการพัฒนาบุคลิกภาพร่วมกัน

อาจมีคำถามที่ว่าเหตุใดโปรแกรมของยีนในการกำหนดลักษณะนิสัยจึงดำรงอยู่ตามความเข้าใจ สิ่งนี้อาจมีรากฐานมาจากวิวัฒนาการ เด็กวัยรุ่นมีลักษณะนิสัยด้านการแสดงตัวและด้านเปิดรับประสบการณ์อยู่ในระดับสูง อาจเป็นไปได้ว่าวัยรุ่นเป็นช่วงเริ่มต้นของการมีชีวิตที่อิสระ จึงชอบผจญภัย (เปิดรับประสบการณ์และการแสดงตัว) เพื่อได้พบกับเพื่อนๆ และเรียนรู้วิถีชีวิตในโลกกว้าง เมื่อใดที่ชีวิตเข้าที่เข้าทางแล้ว ลักษณะนิสัยด้านมีสติรู้ผิดชอบอาจมีประโยชน์ในการดำเนินงานในชีวิตประจำวัน และลักษณะนิสัยด้านอ่อนโยนอาจมีประโยชน์ในการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกๆ

ที่กล่าวมาทั้งหมด เป็นการพูดถึงการเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัยโดยรวม อย่างไรก็ตาม พบว่ามีความแตกต่างระหว่างบุคคลในการเปลี่ยนแปลงด้วย บางคนแสดงหลักฐานว่าเป็นผลของประสบการณ์ชีวิตต่อบุคลิกภาพ แต่แมคเคอร์และคอสตาเชื่อว่าความแตกต่างที่เกิดขึ้นถูกกำหนดมาจากนาฬิกาชีวภาพ McGue และคณะ (1993) กล่าวว่า มีความเป็นไปได้ที่สิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ แต่ต้องเป็นสาเหตุทางชีวภาพ เช่น การเป็นโรคหรือบาดเจ็บที่สมอง นอกจากนี้เมื่ออายุมากขึ้น เซลล์ในร่างกายมนุษย์จะเสื่อมถอยลง สมอของคนที่อายุ 70 ก็จะไม่เหมือนสมอของคนที่อายุ 30 เหล่านี้เป็นมุมมองทางชีวภาพเกี่ยวกับความมั่นคงของลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ

จากทั้งหมดที่กล่าวมาอธิบายให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างโมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (FFM) กับทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (FFT) สรุปความได้ว่า โมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นแบบจำลองที่อธิบายลักษณะนิสัยของมนุษย์ออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านหน้าไหว ด้านการแสดงตัว ด้านการเปิดรับประสบการณ์ ด้านอ่อนโยน และด้านมีสติรู้ผิดชอบ ในขณะที่ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบขยายการอธิบายเชื่อมโยงให้เห็นถึงระบบปฏิบัติการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะนิสัยจนกระทั่งแสดงออกเป็นพฤติกรรมของบุคคล กล่าวได้ว่า นิสัยทั้ง 5 ด้าน (FFM) เป็นผลมาจากปัจจัยพื้นฐานทางชีวภาพมีลักษณะค่อนข้างคงที่ ถึงแม้จะมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนิสัยทั้ง 5 ด้านกับพฤติกรรมต่างๆ พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่างๆ เมื่ออธิบายผ่านทฤษฎีจะปรากฏว่าบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมิได้เชื่อมโยงโดยตรงไปยังพฤติกรรม มีตัวแปรคั่นกลางที่เรียกว่า Characteristic Adaptation: CA เป็นตัวส่งผ่านจากบุคลิกภาพ 5 ด้านไปยังพฤติกรรม ซึ่งอธิบายว่า CA นี้เป็นคุณลักษณะจากการปรับตัว ซึ่งส่วนหนึ่ง

มีรากฐานและได้รับอิทธิพลมาจากบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ กระบวนการปรับตัวนี้มีลักษณะเป็นพลวัต เกิดขึ้นจากเงื่อนไขที่เป็นปรากฏการณ์ที่เป็นอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกร่วมกับพื้นนิสัยเดิมของบุคคลนั้นๆ เงื่อนไขที่เป็นปรากฏการณ์นี้ ยกตัวอย่างเช่น ปรากฏการณ์ที่ถูกล้างเงื่อนไขทางวัฒนธรรม ความมุ่งมั่นพยายามส่วนตน ทักษะคิด เป็นต้น ผลลัพธ์จากกระบวนการปรับตัวนี้จะกลายเป็น CA ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออก โดย CA เป็นคุณลักษณะที่ปรับเปลี่ยนพัฒนาได้จากการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก กระบวนการเหล่านี้มีลักษณะเป็นพลวัต

เท่าที่ผ่านมาการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (FFM) กับพฤติกรรมการทำงาน จะให้คำตอบในแง่ของการคัดเลือกนิสัยของบุคลากรเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมการทำงานที่เหมาะสมกับอาชีพ แต่ไม่สามารถตอบโจทย์ได้ว่า หากองค์กรได้บุคลากรที่มีลักษณะนิสัยที่ไม่เหมาะสมนักกับอาชีพเข้ามาทำงานเนื่องด้วยความจำเป็นของการขาดคนหรือยากที่จะสรรหาคนที่เหมาะสมจริงๆ จะมีแนวทางอย่างไรที่จะพัฒนาพฤติกรรมให้สอดคล้องกับงานมากขึ้น อย่างเช่นอาชีพบริการในปัจจุบันที่ยากจะสรรหาและคัดเลือกลักษณะนิสัยของผู้ให้บริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมกาให้บริการที่ดีได้ แต่ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (FFT) ขยายภาพให้เราเห็นโอกาสในการพัฒนาพฤติกรรมได้ เนื่องจากมีตัวแปรคั่นกลางคือ คุณลักษณะจากการปรับตัว (CA) ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้เป็นตัวส่งผ่านจากบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบไปยังพฤติกรรม นั่นทำให้แม้เราจะไม่สามารถพัฒนาลักษณะนิสัย (traits) จากบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบได้ แต่เราสามารถพัฒนาที่ตัวแปรคั่นกลาง CA นี้เพื่อนำไปสู่พฤติกรรมกาให้บริการที่ดีได้ เนื่องจาก CA เป็นปัจจัยที่ถูกล้างเงื่อนไขทางวัฒนธรรมจึงเป็นคุณลักษณะทางจิตที่ปรับเปลี่ยนได้ ดังที่ McAdams & Pals (2006) กล่าวว่า ลักษณะพื้นนิสัยจากบุคลิกภาพเปรียบได้กับลายเซ็นต์เอกลักษณ์ประจำตัวของคนๆ นั้น แต่คุณลักษณะจากการปรับตัว (CA) เป็นตัวปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมทางสังคมได้ ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อ การให้คุณค่า ไปจนถึงแรงจูงใจของบุคคล ที่บุคคลต้องเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ต้องพบเจอในชีวิตประจำวัน ซึ่งคุณสมบัติของ CA ที่สามารถปรับตัวได้ตามสภาวะนี้มีลักษณะสอดคล้องกับตัวแปรพัฒนาได้ที่มืออยู่ในตัวบุคคลที่นักจิตวิทยาให้ความสนใจกันมากในทศวรรษที่ผ่านมาเรียกว่า **ทุนจิตวิทยาเชิงบวก** (Positive Psychological Capital: PsyCap) ซึ่งเป็นทุนที่อยู่ภายในตัวบุคคลประกอบด้วย 4 ประการ คือ 1) การรับรู้ความสามารถ (PsyCap Efficacy) 2) ความหวัง (PsyCap Hope) 3) การฟื้นคืนสภาพะปกติ (PsyCap Resilience) และ 4) การมองโลกในแง่ดี (PsyCap Optimism) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่พึงประสงค์ คุณลักษณะของทุนจิตวิทยาเชิงบวกเหล่านี้สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงได้ตาม

สภาวะ (State – like) ไม่เหมือนกับลักษณะนิสัยที่มีภาวะค่อนข้างคงที่ (Trait – like) ที่สำคัญคือ เมื่อวิเคราะห์ความหมายเทียบกับลักษณะของตัวแปรที่กล่าวมาของ FFT จะพบว่ามีความสอดคล้องกัน โดยบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบเป็นตัวแปรเดียวกัน ส่วนทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกก็เป็นคุณลักษณะทางจิตคือความรู้สึก ความคิดที่มีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนหล่อหลอมได้ตามวัฒนธรรมและการเรียนรู้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ CA ได้เช่นเดียวกับอัตมโนทัศน์ แรงขับส่วนบุคคลหรือทัศนคติ ดังนั้นหากใช้ FFT เป็นกรอบในการทำนายก็สามารถสันนิษฐานได้ว่า บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบและทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการ โดยทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมการให้บริการ ส่วนบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบจะไม่ส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมการให้บริการ แต่จะส่งผลโดยผ่านตัวแปรทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกเท่านั้น หรืออีกนัยหนึ่ง ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกนอกจากจะส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมการให้บริการแล้วยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางโดยสมบูรณระหว่างบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบและพฤติกรรมการให้บริการด้วย จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานข้อที่ 1 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมผ่านทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความตั้งใจที่จะทำการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคเคอร์ แต่ด้วยข้อจำกัดบางประการผู้วิจัยไม่สามารถใช้แบบวัดบุคลิกภาพของคอสตาและแมคเคอร์ได้ ดังนั้นจึงใช้แบบวัดของ Bernet-Matinez & John (1998) ซึ่งมีนิยามศัพท์ใกล้เคียงกัน และทำการวิเคราะห์แล้วว่าเป็นองค์ประกอบเดียวกันกับทุกองค์ประกอบตามโมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จึงทำการพิสูจน์เปรียบเทียบให้เห็นดังตารางที่ 2

ตาราง 2 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ Costa & McCrae (1992) และ Bernet-Matinez & John (1998)

ด้าน	องค์ประกอบ	การให้ความหมายของนักการศึกษา	
		Costa & McCrae (1992)	Bernet-Matinez & John (1998)
	ด้านหวั่นไหว หรือ ความไม่มั่นคงทางอารมณ์(Neuroticism)	เป็นผู้ที่มีความวิตกกังวล ว่ารุ่นหงุดหงิดขุ่นเคืองได้ง่าย บางครั้งรู้สึกเศร้า ท้อแท้สิ้นหวังง่าย รู้สึกต่ำต้อย กังวลกับการเข้าสังคม ไม่สามารถควบคุมอารมณ์ที่แปรปรวนของตนเองได้ มีความอ่อนแอต่อความเครียด เป็นผู้ที่ต้องพึ่งพาผู้อื่น	เป็นผู้มีแนวโน้มที่จะมีอาการทางลบ เกิดความทุกข์ได้ง่าย มีความคิดที่ขาดเหตุผล จัดการกับความเครียดได้ไม่ดีนัก และเสี่ยงที่จะมีปัญหาทางจิตบางประเภท
	ด้านการแสดงตัว หรือ การเปิดตัว (Extraversion)	เป็นผู้ที่มีความอบอุ่น ชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น มีการแสดงออกแบบตรงไปตรงมา ชอบเข้าร่วมกิจกรรมแสวงหาความตื่นเต้น เป็นผู้ที่มีความสนุกสนาน มองโลกในแง่ดี	ชอบเข้าสังคม กล้าแสดงออก ชอบอยู่กับผู้คนจำนวนมาก กระตือรือร้น ช่างพูดช่างคุย ชอบความตื่นเต้น มีแนวโน้มที่จะมีลักษณะร่าเริง มองโลกในแง่ดี
	ด้านการเปิดรับประสบการณ์(Openness to Experiences)	เป็นผู้ที่มีความช่างฝัน จินตนาการ เห็นความสำคัญของอนาคต มีความสุนทรีย์มองเป็นความงดงามด้านกวีและศิลปะ เป็นผู้ที่มีอารมณ์และความรู้สึกของตนเอง ชอบทำกิจกรรมที่แปลกใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ พร้อมที่จะตรวจสอบค่านิยมต่างๆทั้งทางสังคม การเมือง และศาสนา	เป็นคนที่เต็มไปด้วยจินตนาการ ชื่นชอบศิลปะ ความสวยงาม และความหลากหลาย มีความสงสัยใคร่รู้ทั้งเรื่องของตนเองและผู้อื่น ชอบแนวคิดใหม่ๆสิ่งแปลกใหม่และมีค่านิยมที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานของสังคม และสามารถจัดการกับอารมณ์ทางบวกและทางลบของตัวเองได้ดี

ตาราง 2 (ต่อ)

ด้าน	องค์ประกอบ	การให้ความหมายของนักการศึกษา	
		Costa & McCrae (1992)	Bernet-Matinez & John (1998)
ด้านอ่อนโยน หรือ ความเป็นมิตร (Agreeableness)		เป็นผู้ที่ไว้วางใจผู้อื่น เชื่อว่าผู้อื่นมีความซื่อสัตย์และเจตนาดี มีความจริงใจปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างตรงไปตรงมา ชอบช่วยเหลือผู้อื่น ตอบสนองความต้องการของผู้อื่นอย่างอ่อนโยน มีความถ่อมตน ให้ความสำคัญต่อความต้องการของผู้อื่น	เป็นคนที่เห็นใจผู้อื่น มองเห็นประโยชน์ของผู้อื่นเป็นหลัก กระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือผู้อื่น และเชื่อว่าผู้อื่นก็จะช่วยเหลือตนเองเช่นกัน
ด้านการมีสติรู้ผิดชอบ หรือ การมีจิตสำนึก (Conscientiousness)		เป็นผู้มีความสามารถในการจัดการชีวิตของตนเองอย่างมีเหตุผลได้ มีความเป็นระเบียบ รับผิดชอบในหน้าที่ มีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์สูง มีวินัยต่อตนเอง แม้ว่าจะมีปัญหาหรืออุปสรรคใดก็ตาม มีความระมัดระวังในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	ควบคุมตนเอง วางแผน จัดระบบ ระเบียบและทำงานจนสำเร็จ มีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจแน่วแน่ และมักจะประสบความสำเร็จในการเรียนและการทำงานเป็นคนที่มีศีลธรรมจรรยา ตรงต่อเวลา และเชื่อถือได้

จากตาราง 2 จะเห็นว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบตามแนวคิดของ Costa & McCrae (1992) และ Bernet-Matinez & John (1998) นั้น มีการกำหนดองค์ประกอบเหมือนกัน และให้ความหมายของแต่ละองค์ประกอบใกล้เคียงกันอย่างมาก ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้แบบวัดที่สร้างและพัฒนาขึ้นโดย กัญจิกา บรรลือ (2553) จากแนวคิดของ Bernet-Matinez & John (1998)

3.4 การวัดบุคลิกภาพ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการวัดบุคลิกภาพ พบว่าสามารถวัดได้หลายวิธี เช่น วิธีการสังเกต (Observation) วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) วิธีการฉายภาพ (Projective Techniques) และวัดโดยใช้แบบสำรวจบุคลิกภาพ (Personality Inventory) การวัดบุคลิกภาพสามารถทำได้โดยใช้วิธีแบบใดแบบหนึ่งหรืออาจใช้หลายวิธีร่วมกัน ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายในการวัด สำหรับการวัดบุคลิกภาพเพื่อศึกษาลักษณะเด่นของปัจเจกชน

พบว่า การวัดโดยใช้แบบสำรวจบุคลิกภาพ (Personality Inventory) ซึ่งเป็นแบบวัดที่ให้ผู้ถูกวัดประเมินตนเองและรายงานโดยใช้แบบสำรวจที่เรียกว่า “แบบรายงานตนเอง” (Self Report Inventories) ลักษณะของแบบวัดประกอบ ด้วยข้อความ มีการกำหนดค่าที่แสดงถึงความเข้มข้นหรือระดับของพฤติกรรม และให้ผู้ถูกวัดพิจารณาตนเองว่ามีลักษณะตามข้อความนั้นมากน้อยเพียงใด เป็นวิธีการที่ได้รับการยอมรับและนิยมนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งมีปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น คอสตาและแมคครี (Costa; & McCrae, 1992, p. 53; อ้างอิงจาก จันทรจิรา มั่นตะพงษ์, 2546, น. 92) สร้างแบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่ชื่อว่า “NEO-FFI” (NEO Five-Factor Inventory) เพื่อใช้วัดบุคลิกภาพของบุคคล ลักษณะของแบบวัดประกอบด้วยข้อความ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วัดบุคลิกภาพ 5 ด้าน คือ ด้านความหวั่นไหว (Neuroticism) ด้านการแสดงตัว (Extraversion) ด้านการเปิดกว้าง (Openness) ด้านความอ่อนโยน (Agreeableness) และด้านมีสติ (Conscientiousness) แต่ละด้านมีจำนวน 12 ข้อ รวมทั้งสิ้นจำนวน 60 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .90, .78, .76, .86 และ .90 ตามลำดับ จันทรจิรา มั่นตะพงษ์ (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความสามารถในการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพ ใช้แบบวัดบุคลิกภาพ NEO-FFI (NEO Five-Factor Inventory) ของคอสตาและแมคครี (Costa; & McCrae, 1992) ซึ่งแปลโดย นิยะดา จิตต์จรัสและคณะ เมื่อนำไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .83, .68, .37, .51 และ .75 ตามลำดับ ต่อมา เบญจมา พูนสิทธิศักดิ์ (2548) ศึกษาบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับแรงจูงใจใฝ่อำนาจของผู้บริหารระดับต้น ใช้แบบวัดบุคลิกภาพ NEO-FFI (NEO Five-Factor Inventory) ของคอสตาและแมคครี (Costa; & McCrae, 1992) ซึ่งแปลโดย วัลภา สบายยิ่ง (2542: , น. 134-136) วัดบุคลิกภาพ 5 แบบ คือ แบบหวั่นไหว (Neuroticism) แบบแสดงตัว (Extraversion) แบบเปิดกว้าง (Openness) แบบอ่อนโยน (Agreeableness) และแบบมีสติ (Conscientiousness) เมื่อนำไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .67 อโนมา หอวิเชียร (2551) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การสนับสนุนจากองค์กร และจิตสำนึกในการให้บริการ ได้นำแบบวัดบุคลิกภาพของอภิเดช สถาปนศิริ และ พรรณระพี สุทธิวรรณ (2550) ซึ่งสร้างขึ้นตามแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคครี (Costa & McCrae, p. 1992) แบบวัดประกอบด้วยข้อความทั้งสิ้น 60 ข้อ เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ วัดบุคลิกภาพห้าแบบ คือ แบบหวั่นไหว (Neuroticism) แบบแสดงตัว (Extraversion) แบบเปิดกว้าง (Openness) แบบประนีประนอม (Agreeableness) และ

แบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .83, .76, .54, .73 และ .78 ตามลำดับ และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .68

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ กัญฐิกา บรรลือ (2553) ที่สร้างขึ้นตามแนวโครงสร้าง Big Five Inventory (BFI) ของ Bernet-Martinez และ John (1998) ซึ่งได้ออกแบบให้มีความเหมาะสมกับบริบทของไทย สอดคล้องกับ Rae André (2011) ที่ได้ทำการศึกษาคำศัพท์ใช้ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกล่าวว่าเครื่องมือวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่ดีควรได้รับการพัฒนาจากผู้มีความรู้ในด้านการวัดทางจิตวิทยาให้เหมาะสมกับบริบทของคนในสังคมนั้น โดยแบบสอบถามที่นำมาใช้นี้ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 60 ข้อ เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วยข้อความทางบวก และข้อความทางลบ

3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมกรให้บริการ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมกรให้บริการ พบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมกรให้บริการ โดยบางงานวิจัยอาจใช้คำว่า คุณภาพการบริการ ซึ่งก็หมายถึง พฤติกรรมในการให้บริการนั่นเอง ดังต่อไปนี้

คาร์ราเฮอ (Carragher, 2002. อ้างอิงจาก กฤษณ์ อริยะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระวิชัย, 2548) ศึกษาวิจัยพบว่า จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพถึงสามด้าน จากทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบเปิดตัว (Extraversion) บุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) และบุคลิกภาพแบบเป็นมิตร (Agreeableness) ซึ่งสอดคล้องกับ ลิน; ชิว และ เซียะ (Lin; Chiu; & Hsieh, 2001. อ้างอิงจาก อนินมา หอวิเชียร, 2551) ที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพของผู้ให้บริการและคุณภาพการบริการ โดยใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ Mimi-Markets ของ เซาซีเออร์ (Saucier, 1994) ซึ่งพัฒนามาจากแบบทดสอบบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ Unipolar Adjective Markets ของ โกลด์เบอร์ก (Goldberg, 1992) ให้ผู้ให้บริการตอบแบบทดสอบบุคลิกภาพและผู้รับบริการตอบแบบทดสอบเพื่อวัดคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการ ด้วยแบบสอบถามคุณภาพการบริการของพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman; et al, 1990) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการ

บริการด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ บุคลิกภาพด้านประนีประนอม (Agreeableness) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการทั้งในด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และบุคลิกภาพด้านมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) เป็นตัวทำนายคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับ สุรัท และโดโนแวน (Hurtz; & Donovan, 2000. อ้างอิงจาก อโนมา หอวิเชียร, 2551) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยที่ได้มีนักวิจัยศึกษาไว้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับผลการปฏิบัติงานพบว่า องค์ประกอบด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) เป็นตัวทำนายผลการปฏิบัติงานในทุกอาชีพ ส่วนองค์ประกอบด้านการประนีประนอม (Agreeableness) ด้านการเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) และด้านความหวั่นไหว (Neuroticism) สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานในงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่า องค์ประกอบด้านความหวั่นไหว (Neuroticism) และองค์ประกอบด้านการเปิดเผย (Extraversion) สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานด้านการขายและการจัดการ และยังสอดคล้องกับ เฟิร์นแฮม และโคเวนนี่ (Furnham; & Coveney, 1996) ซึ่งทำการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของผู้ให้บริการแบบรายงานตนเองและการบริการลูกค้า เพื่อหาเกณฑ์วัดคุณภาพการบริการลูกค้า และลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่สัมพันธ์กับคุณภาพการบริการ แบบทดสอบบุคลิกภาพที่ใช้คือ แบบทดสอบบุคลิกภาพ NEO-PI-R ของคอสตาและแมคเคร (Costa & McCrae, 1992) จำนวน 240 ข้อ และแบบทดสอบถามการบริการลูกค้า (Customer Service Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 11 ด้าน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบบุคลิกภาพด้านการเปิดเผย (Extraversion) และองค์ประกอบบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการบริการลูกค้า ส่วนองค์ประกอบบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหว (Neuroticism) มีความสัมพันธ์ทางลบกับการบริการลูกค้า

สำหรับในประเทศไทยพบผลสอดคล้องกับพัชรี ชูสมบัติ (2554, น. 143; 147) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตวิทยาที่สามารถพยากรณ์คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมระดับห้าดาว กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 220 คน พบว่า บุคลิกภาพแบบแสดงตัว แบบอ่อนโยน และแบบมีสติรู้ผิดชอบ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการ ในขณะที่บุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง และแบบหวั่นไหว มีความสัมพันธ์ทางลบกับคุณภาพการบริการ โดยบุคลิกภาพแบบมีสติสามารถพยากรณ์คุณภาพการบริการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 13.1 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อโนมา หอวิเชียร (2551, บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

การสนับสนุนจากองค์การตามการรับรู้ และจิตสำนึกในการบริการ พบว่า บุคลิกภาพสามด้าน คือ ด้านมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) ด้านแสดงตัว (Extraversion) ด้านเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) สามารถทำนายจิตสำนึกในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถทำนายได้ร้อยละ 44.5 และสอดคล้องกับ จันทรจิรา มั่นตะพงษ์ (2546, น. 94) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 316 คน พบว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และพบว่า บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหว (Neuroticism) บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Extraversion) บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน (Agreeableness) และบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) เป็นตัวแปรที่สามารถร่วมกันทำนายความสามารถในการปฏิบัติงานของพยาบาลได้ โดยมีอำนาจในการทำนายร้อยละ 35 และยังสอดคล้องกับ ฉัตรฤดี สุภปลั่ง (2543, บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาเรื่องบุคลิกภาพและความฉลาดทางอารมณ์ที่มีต่อคุณภาพการบริการ ตามการรับรู้ของหัวหน้างานของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมชั้นหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพ 16 PF ของแคทเทล (Cattell) และแบบประเมินคุณภาพการบริการ ตามเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน (SERVQUAL's Dimensions) ตามแนวคิดของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al, 1990) พบว่า องค์ประกอบบุคลิกภาพที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการ ได้แก่ องค์ประกอบวุฒิภาวะทางอารมณ์ และความฉลาดมาก ส่วนองค์ประกอบบุคลิกภาพที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับคุณภาพการบริการ ได้แก่ ฟังตนเอง

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ซึ่งเป็นพฤติกรรมในการให้บริการ หลักฐานนี้ยืนยันสนับสนุนสิ่งที่ผู้วิจัยศึกษาและสรุปว่าโมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (FFM) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการ

4. ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก

จากการศึกษาทั้งในทางทฤษฎีและผลการวิจัยที่ผ่านมา เราทราบแล้วว่าทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกนอกจากจะส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมบริการ แต่ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการยืนยันว่า ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางโดยสมบูรณระหว่างบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบและพฤติกรรมการให้บริการด้วย โดยมีรายละเอียดการทบทวนวรรณกรรมดังนี้

4.1 จุดกำเนิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital: PsyCap) ได้กำเนิดขึ้นจากการพัฒนาต่อจากแนวคิดนักจิตวิทยากลุ่มมนุษยนิยม (Humanistic psychology) ที่ให้ความสำคัญและมีความเชื่อพื้นฐานเดิมว่า มนุษย์สามารถพัฒนาไปสู่จุดที่ดั่งใจได้ มนุษย์แต่ละคนนั้นย่อมมีจุดที่ดั่งใจ หากได้รับการส่งเสริมผ่านกระบวนการที่มีขั้นตอน มีเหตุมีผลแล้ว จะสามารถพัฒนาให้ดียิ่งๆ ขึ้นได้ ดังนั้นแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกนี้ให้ความสนใจที่จะศึกษาเพื่อเสริมสร้างอัจฉริยภาพด้วยการยึดเอาจุดแข็งของบุคคลมาเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา (Seligman; & Csikszentmihalyi, 2000.) โดยแนวคิดทุนจิตวิทยาเชิงบวกนี้จะให้ความสนใจ 3 ประเด็นหลักคือ

1) อารมณ์เชิงบวก (Positive emotion) เป็นอารมณ์และความรู้สึกที่เกิดจากการรับรู้โดยผ่านกระบวนการรู้คิด (Cognitive) ประสบการณ์ที่ส่งผลดีต่อการเพิ่มความรู้สึกมีค่าแก่บุคคล ยกตัวอย่างเช่น การมีความหวัง (Hope) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) การมีความสุข (Happiness) เป็นต้น

2) คุณลักษณะนิสัยส่วนบุคคลเชิงบวก (Positive personal traits) เป็นการพัฒนาคุณลักษณะนิสัยที่ดีและเป็นจุดแข็งของบุคคล ยกตัวอย่างเช่น บุคลิกภาพเชิงบวก (Positive characteristics) คุณลักษณะที่เป็นจุดแข็ง (Character strengths)

3) สถาบันที่สนับสนุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive institutions) เป็นการส่งเสริมพัฒนาสถาบันที่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่บุคคลให้เป็นพลเมืองดี

ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องและมีรากฐานทางความเชื่อเดียวกันนี้ ยกตัวอย่างเช่น

1) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ซึ่งเสนอว่า มนุษย์มีความต้องการ 5 ขั้นตามลำดับ โดยลำดับที่ 1) ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) 3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs) 4) ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs) 5) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization needs)

2) ทฤษฎีการกำหนดตัวเอง (Self-Determination theory) ของ Ryan และ Deci ซึ่งเสนอว่าการพัฒนาบุคลิกภาพและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจะต้องมีกระบวนการสร้างแรงจูงใจให้กับตนเองจากการเรียนรู้ผ่านกระบวนการทางจิตวิทยาและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อทัศนคติ หัวใจของทฤษฎีนี้คือ "ผู้ที่พัฒนาจะต้องกำหนดสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้วย

ตนเอง" เช่น กำหนดความต้องการด้วยตนเอง กำหนดแผนการดำเนินงานเอง เป็นต้น ซึ่งคนที่รับรู้ ว่าตนเองมีความสามารถสูง มีความภูมิใจในตนเอง จะตั้งมาตรฐานในการปฏิบัติงานสูง มุ่งมั่นใช้ ความพยายามของตนในการทำกิจกรรมนั้นให้ประสบความสำเร็จ

3) ทฤษฎีลักษณะนิสัย (Trait theory) ของ Gordon Allport เป็นทฤษฎีที่ ทำการศึกษาลักษณะนิสัยของบุคคลที่ปรับเปลี่ยนเป็นบุคลิกภาพอันเป็นลักษณะสำคัญเฉพาะตัว ซึ่งจะบ่งบอกความแตกต่างของบุคคลแต่ละคน โดยมีฐานความเชื่อว่าการคิดและ แรงจูงใจส่งผลสำคัญในการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์

4) ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal setting theory) ของ Edwin Locke เชื่อว่า พฤติกรรมของบุคคลขึ้นอยู่กับความต้องการบรรลุเป้าหมาย และการตั้งเป้าหมายจะเกี่ยวข้องกับ ช่วงเวลานั้นๆ เป้าหมายจะช่วยส่งเสริมการกระทำให้บุคคลมีความเพียรพยายามในการจะหา แนวทางให้แสดงพฤติกรรมในทางที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การกำหนดเป้าหมายนั้นจะต้องมีความ เหมาะสมกับความสามารถของบุคคล ลักษณะของการกำหนดเป้าหมายที่จะประสบความสำเร็จ (Latham; & Pinder, 2005) ดังนี้ 1) กำหนดเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง 2) เป้าหมายควรเป็นสิ่งท้าทายความสามารถ 3) บุคคลควรมีความสามารถและมีทรัพยากรที่จำเป็นที่จะทำให้บรรลุ เป้าหมายนั้น 4) บุคคลควรได้รับการบอกลับเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการที่จะบรรลุเป้าหมาย 5) จัดสรรรางวัลสำหรับบุคคลที่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ 6) ผู้บริหารจำเป็นต้องสนับสนุนและมีส่วนใน การกำหนดเป้าหมาย และ 7) การกำหนดเป้าหมายจะมีประสิทธิภาพมากที่สุดถ้าพนักงานยอมรับ เป้าหมายที่กำหนดไว้ ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญที่สุดกับการกำหนดเป้าหมายว่า เป้าหมายที่กำหนด นั้นจะต้องมีความผูกพันกับเป้าหมายของบุคคล (*Individual goal commitment*)

5) ทฤษฎีความหวัง (Hope theory) ของ Richard Synder เป็นทฤษฎีที่ศึกษา สภาวะทางจิตใจและความรู้สึกถึงแรงจูงใจทางบวกของบุคคลที่ก่อให้เกิดความเชื่อ ความรู้สึกที่ว่า ตนจะประสบความสำเร็จ โดยความหวังเป็นการกำหนดและวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน ระหว่างความพลังความตั้งใจที่มุ่งสู่เป้าหมายและแนวทาง นั่นคือ *การวางแผนเพื่อสู่เป้าหมาย*

4.2 ความหมายของทุนจิตวิทยาเชิงบวก

ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychological Capital: PsyCap) หมายถึง สภาวะ จิตวิทยาเชิงบวกในพัฒนาการของบุคคล จะแสดงออกโดย 1) มีความมั่นใจในการทำงานและใช้ ความพยายามเพื่อให้เกิดความสำเร็จในงานที่ท้าทาย 2) สร้างความคิดทางบวกเกี่ยวกับ ความสำเร็จในปัจจุบันและอนาคต 3) มีความพากเพียรต่อเป้าหมายและเมื่อจำเป็นก็จะ

ปรับเปลี่ยนแนวทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย 4) เมื่อประสบปัญหาและสถานการณ์ที่เลวร้าย ก็ยังคงยึดหยัดและยืดหยุ่นต่อสู้กับปัญหาเพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ (Luthans et al, 2007, น. 3)

4.3 องค์ประกอบของทุนจิตวิทยาเชิงบวก

องค์ประกอบของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่จะเป็นตัวแปรทุนจิตวิทยาเชิงบวกจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีและงานวิจัยที่มีลักษณะการวัดแบบสภาวะ (State-like) คือ การวัดแบบรายงานความรู้สึกของผู้ตอบ มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะ จึงทำให้สามารถพัฒนาได้ มี 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1) ความหวัง (Hope) คือ สภาวะแรงจูงใจทางบวก อันก่อให้เกิดความรู้สึกหรือความหวังว่าตนเองจะประสบความสำเร็จ เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจที่จะมุ่งไปสู่เป้าหมาย และแนวทางในการไปสู่เป้าหมาย ความหวังมีองค์ประกอบ 3 ประการ ความคิดเกี่ยวกับเป้าหมาย ความคิดเกี่ยวกับแนวทาง และความคิดเกี่ยวกับความตั้งใจ

2) การรับรู้ความสามารถ (Efficacy) มีพื้นฐานจากทฤษฎีการรู้คิดทางสังคม (Social cognitive theory) ของอัลเบิร์ต แบนดูรา ซึ่งมีความเชื่อว่า บุคคลล้วนมีศักยภาพและสามารถสร้างสรรค์ผลงานออกมาจากความพยายามของตนเอง การที่บุคคลมีความมั่นใจในความสามารถของตนเองจะช่วยให้บุคคลนั้นตัดสินใจลงมือทำในสิ่งต่างๆ มีความเพียรพยายามอย่างต่อเนื่องและแสดงศักยภาพเพื่อต่อสู้กับความยากลำบากต่างๆ รวมไปถึงการต่อสู้กับความรู้สึกวิตกกังวลที่บุคคลประสบอยู่ได้เป็นอย่างดี แนวคิดของทุนจิตวิทยาเชิงบวกยังคงยึดแนวคิดของแบนดูรา เป็นการอธิบายสภาวะการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งประกอบด้วย 3 มิติ คือ 1) มิติความทนทาน (Strength) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่าคุณสมบัติของตนเองยังมีความสามารถแม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรค ต่างๆ 2) มิติการรับรู้ระดับความสามารถ (Magnitude) หมายถึง การรับรู้ระดับความสามารถของตนเองที่จะเอาชนะต่อระดับความยากของอุปสรรค และ 3) มิติทั่วไป (Generality) หมายถึง ความรู้สึกในการรับรู้ความสามารถหรือศักยภาพโดยทั่วไปของตนเอง

3) การฟื้นคืนภาวะปกติ (Resilience) คือ กระบวนการใช้ความสามารถทางจิตใจ เพื่อความยืดหยุ่นหรือปรับสภาพทางจิตใจจนสามารถกลับฟื้นคืนสู่ภาวะปกติหลังจากที่จิตใจเกิดความทุกข์อันเกิดจากการที่ต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรค ความสามารถในการปรับฟื้นคืนภาวะปกติมี 5 ประการ คือ 1) ความสามารถในการปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพในการเผชิญกับสิ่งที่ยากลำบาก 2) ความสามารถในการยืดหยุ่นแม้จะอยู่ภายใต้สถานการณ์ที่มี

ความเครียดอย่างรุนแรง 3) ความสามารถในการฟื้นคืนสภาพจากความทุกข์ยากลำบาก
4) ความสามารถในการจัดการสิ่งต่างๆ ให้ยังคงสภาพเดิม 5) ความสามารถในการรักษาสมดุลแม้
จะตกอยู่ในสถานการณ์ที่เลวร้าย

4) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) เป็นลักษณะการอธิบายวิถีคิดของบุคคล
(Explanatory style) ภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งแต่ละคนจะมีมุมมองและการอธิบาย
เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเองแตกต่างกัน ทำให้สามารถบ่งบอกได้ว่าบุคคลนั้นมีมุมมองเกี่ยวกับ
ชีวิตในลักษณะบวกหรือลบ ซึ่งจะส่งผลต่อสิ่งที่เกิดขึ้นตามมา

4.4 การพัฒนาทุนทางจิตวิทยา

4.3.1 การพัฒนาทุนทางจิตวิทยาด้านการรับรู้ความสามารถ (Developing PsyCap Efficacy)

ลูธานน์ และคณะ (Luthans et al.2007, p. 43-49) กล่าว ถึงการพัฒนาทุนทาง
จิตวิทยาทางบวกว่าประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) ประสบการณ์ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบความสำเร็จ (Mastery and
Successful Experiences) การสร้างประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จให้กับผู้จัดการและลูกจ้าง
มีได้หลายวิธีการที่สามารถนำมาพัฒนาทุนจิตวิทยาด้านการรับรู้ความสามารถได้ ดังนี้

1.1) ผู้ฝึกหรือโค้ชอาจแต่งงานที่ซับซ้อนออกเป็นงานย่อยๆ และสอนผู้รับ
การอบรมในแต่ละทักษะย่อยๆ ทีละอย่างในครั้งหนึ่งๆ การทำเช่นนี้ ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมได้พบ
กับ “ความสำเร็จ” เล็กๆ หลายๆ ครั้ง ซึ่งจะย้อนกลับมาช่วยสร้าง PsyCap efficacy งานและทักษะ
ง่ายๆ เหล่านี้ สามารถ บูรณาการกันเป็นส่วนรวมทั้งหมดที่มีความซับซ้อน และกว้างใหญ่มากขึ้น
ด้วยการมีโอกาสฝึกหัดและประสบความสำเร็จในแต่ละขั้นตอน

1.2) จัดให้ผู้จัดการและลูกจ้างเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ที่มีโอกาสประสบ
ความสำเร็จค่อนข้างสูง ซึ่งพวกเขามีโอกาสดีๆ ที่จะประสบความสำเร็จ นี่คือเหตุผลที่ว่าทำไมการ
คัดเลือกคน การปฐมนิเทศ การกำหนดตำแหน่งงานที่เหมาะสม และการวางแผนทางอาชีพ จึงมี
ความสำคัญมาก บุคคลควรจะได้รับ การจัดวางแผนทางอาชีพ จึงมีความสำคัญมาก บุคคลควร
ได้รับการจัดวางเพื่อให้เขาประสบความสำเร็จมากกว่าที่จะทำได้ แทนที่จะถูกจัดวางในสิ่งแวดล้อม
ที่ไม่มีความแน่นอน ซึ่งจะไม่เหมาะสมและไม่ส่งผลดีต่อพวกเขา การที่ผู้ร่วมงานในองค์กร จะสร้าง
การรับรู้ความสามารถผ่านการประสบความสำเร็จได้ พวกเขาต้องได้รับโอกาสให้ทำในสิ่งที่พวก
เขาทำได้ดีที่สุดทุกๆ วัน

1.3) ในเวทีของการฝึกอบรม ควรกำหนดให้มีเป้าหมาย ที่ท้าทาย (stretch goal) และการฝึกอบรมควรจะดำเนินการในสภาพแวดล้อมที่ไม่มีความเสี่ยง (risk-free) และปราศจากสิ่งรบกวนจิตใจ (distraction-free) เป้าหมายและเงื่อนไขการฝึกอบรมเช่นนี้ จะนำไปสู่ความน่าจะเป็นของการเรียนรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะและความสามารถใหม่ๆ กระบวนการฝึกอบรมเหล่านี้จะทำให้มีปัญหา ของการฝึกอบรมน้อยที่สุดและมีโอกาสมากขึ้น ของการประสบความสำเร็จซึ่งจะย้อนกลับมาส่งเสริม PsyCap Efficacy นอกจากนี้ การทำตามอย่าง (simulations) การศึกษากรณี (case studies) การวิเคราะห์ความเป็นเหตุ เป็นผล (what-if analysis) และเทคนิคการพัฒนาอื่นๆ ซึ่งใช้ในการประชุมปฏิบัติการระดับมืออาชีพ ก็มักจะส่งเสริม PsyCap efficacy ได้ในสภาพแวดล้อมที่ให้ความสนใจกับความปลอดภัย

2) การเรียนรู้จากคนอื่นหรือจากตัวแบบ (Vicarious Learning / Modeling)

ลูธานส์และคณะกล่าวถึง การเรียนรู้จากตัวแบบเพื่อพัฒนาการรับรู้ ความสามารถไว้ว่า ในหลายๆ สถานการณ์โอกาสสำหรับการมีประสบการณ์ที่จะประสบความสำเร็จไม่อาจมีได้ หรือไม่เกิดขึ้นได้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่อยู่เหนือการควบคุมของบุคคล กลุ่ม หรือแม้แต่องค์กร (เช่น งบประมาณที่จำกัด หรือ เศรษฐกิจ) แต่บุคคลสามารถสร้างความเชื่อมั่นได้ด้วยตนเอง โดยการสังเกตประสบการณ์ที่เป็นความสำเร็จของคนอื่น พร้อมๆ กับการสังเกตความผิดพลาดและความล้มเหลวด้วย

แม้ว่าประสบการณ์ตรงของการประสบความสำเร็จจะไม่มีประสิทธิภาพมากกว่าการมีโอกาสเรียนรู้จากคนอื่นและจากตัวแบบในการสร้างการรับรู้ความสามารถ แต่ประสบการณ์จากการสังเกตทำให้บุคคลได้ประมวผลผลและเรียนรู้จากความสำเร็จและความผิดพลาดของคนอื่น และเลือกเลียนแบบการกระทำที่ทำให้ประสบความสำเร็จการเรียนรู้นี้ส่งเสริมโอกาสของผู้สังเกตที่จะประสบความสำเร็จได้ในอนาคต อย่างไรก็ตาม การที่ประสบการณ์จากตัวแบบและสถานการณ์จะต้องมีความคล้ายคลึงกับผู้สังเกต และควรมีเวลาให้ผู้เรียนได้ไตร่ตรองด้วย ตัวแบบยังคล้ายคลึงกับผู้ที่กำลังพัฒนาเท่าใด ก็ยิ่งส่งผลต่อ PsyCap Efficacy ของผู้สังเกตมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้น ผู้ฝึกที่เป็นเพื่อน (peer-mentors) ทีมที่ดูแลกันเอง (self-managed team) และเพื่อนร่วมงานซึ่งเป็นที่ยอมรับ อาจจะมีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ความสามารถได้มากกว่า การฝึกอบรมที่เป็นทางการโดยผู้บริหาร ผู้ฝึกอบรมมืออาชีพ หรือผู้ให้คำปรึกษาที่มีชื่อเสียงภายนอก ซึ่งไม่ได้ใกล้ชิดกับผู้เรียนรู้แม้จะมีความรู้ เฉลียวฉลาดก็ตาม กลุ่มเพื่อนมักจะถูกรับรู้ว่ามี ความคล้ายคลึงกันในด้านภูมิหลังทางความสามารถ และเป้าหมายในอาชีพ ดังนั้น การสังเกตการปฏิบัติงานและประสบความสำเร็จของเพื่อนฯ ซึ่งเป็นที่นับถือ สามารถพัฒนาความคิด

หรือความรู้สึกรู้สึกของผู้จัดการและลูกจ้างได้ว่า “ถ้าพวกเขาทำได้ ฉันก็สามารถทำได้เหมือนกัน” ซึ่งจะ
ไปส่งเสริมการรับรู้ความสามารถของพวกเขา

ลูธานส์ และคณะยังเห็นด้วยว่านอกจากความคล้ายคลึงกันของผู้สังเกต
กับตัวแบบแล้ว สถานการณ์ที่คล้ายคลึงกันกับงานที่ทำอยู่จริง ยิ่งคล้ายกันมากเท่าใดก็ยิ่งส่งเสริม
PsyCap efficacy มากเท่านั้น จากการวิเคราะห์ประสบการณ์ฝึกอบรมที่ทำเป็นแบบแผนประเพณี
เป็นที่ชัดเจนว่า การจัดการฝึกอบรมยังขาดการถ่ายโอนกลับไปสู่งานที่แท้จริง เพราะการฝึกอบรม
แบบดั้งเดิมมักจะนำเสนอ ความเป็นจริงของงานที่ง่ายเกินไป เป็นเรื่องในอุดมคติ และไม่นำเอา
เรื่องของความซับซ้อนการมีปฏิสัมพันธ์ และสิ่งที่มีความไม่แน่นอน เข้ามาเกี่ยวข้องกับการ
ฝึกอบรม การจัดการเพื่อสร้างการรับรู้ความสามารถจำเป็นต้องนำเสนอ ความคาดหวังที่ทำทนาย
และเป็นจริง (เช่น การดูงานสถานการณ์จริง) แทนการฝึกอบรมใน “เครื่องฟักไข่” ที่ไม่จริง และการ
พัฒนาสิ่งแวดล้อมที่เกือบไม่ได้มีอยู่ในที่ทำงานอันสับสนวุ่นวาย การใช้กรณีที่เป็นจริงจึงมี
ความสำคัญต่อการส่งเสริมให้เกิดการถ่ายโอนสิ่งที่เรียนรู้ไปสู่การปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ
โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการตัดสินใจ ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ต้องใช้เทคนิคระดับสูง และเรื่องที่ต้อง
ใช้ความคิดที่ซับซ้อนสถานการณ์ที่ต้องใช้เทคนิคระดับสูง และเรื่องที่ต้องใช้ความรู้คิดที่ซับซ้อน
การสังเกตการตัดสินใจและแบบแผนของพฤติกรรมในขั้นสุดท้ายของตัวแบบอาจไม่เพียงพอกับ
การสร้างการรับรู้ความสามารถบุคคลที่กำลังพัฒนาจำเป็นต้องสามารถเข้าใจ เหตุผลของตัวแบบ
ที่ถูกสังเกตและเข้าใจกระบวนการของการให้เหตุผล รวมทั้งเกณฑ์ และข้อสันนิษฐานภายใน ที่ทำ
ให้เกิดการกระทำหรือแบบแผนของพฤติกรรมในสถานการณ์ที่มีความซับซ้อนเช่นนั้น ตัวแบบ
สามารถอำนวยความสะดวกให้กับการสร้าง PsyCap efficacy ให้กับผู้สังเกตได้ โดยการ “คิด
ออกม้างๆ” และส่งเสริมให้ผู้เรียนกระทำในแบบเดียวกันในสถานการณ์ที่มีความซับซ้อนและใช้
ศักยภาพ

อย่างไรก็ตาม จะเกิดอะไรขึ้น ถ้าไม่อาจหาตัวแบบและสถานการณ์มา
เทียบเคียงได้ เนื่องจากสิ่งแวดล้อมในทุกวันนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาย ซึ่งผู้นำและแม้แต่
ลูกจ้างก็มักถูกคาดหวังให้เปลี่ยนการทำงานทันที โดยมีข้อมูลที่ไม่เพียงพอและความเป็นไปได้ที่ไม่
แน่นอน ในสถานการณ์เช่นนั้น การจินตนาการตัวเองถึงการประสบความสำเร็จในสถานการณ์
หนึ่งๆ และการฝึกซ้อมในสมองถึงการกระทำที่ใช้ศักยภาพในสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้
จริง ก็สามารถเสริมสร้าง PsyCap Efficacy ได้ กล่าวอีกอย่างหนึ่ง คือการเรียนรู้จากตัวแบบจริง
สามารถแทนที่ได้จากประสบการณ์ที่เป็น “การจินตนาการ” ซึ่งตัวตนที่ประสบความสำเร็จตาม
จินตนาการจะกลายมาเป็นตัวแบบในสถานการณ์ทำทนายตามจินตนาการ เสมือนกับการนำ

อนาคตมาสู่ปัจจุบันและการเคลื่อนไหวตัวตนที่เป็นจริง (actual self) ไปสู่ตัวตนที่เป็นไปได้ (possible self) ในการพัฒนาความเป็นผู้นำที่แท้จริง ฐานันท์และคณะเห็นว่า บุคคลควรคิดเกี่ยวกับตัวตนที่เป็นไปได้ในการเข้าร่วมกับความท้าทายใหม่ๆ ตัวตนตามจินตนาการที่กระตุ้นให้เกิดการเข้าร่วมกับความท้าทายใหม่ๆ ตัวตนตามจินตนาการที่กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตัวตนในปัจจุบัน หรือในสิ่งที่บุคคลรู้สึกถึงความสามารถที่จะทำในบทบาทที่ท้าทายบางอย่าง

ในบริบทของการพัฒนาหลายๆ อย่าง ซึ่งรวมถึงการสร้างความเป็นผู้นำ และการรับรู้ความสามารถ บุคคลจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมให้เห็นตัวเองในบทบาทซึ่งเขาไม่เคยได้รับความช่วยเหลือมาก่อน โดยการจัดให้พวกเขาได้สังเกตตัวแบบที่ประสบความสำเร็จ การให้ข้อมูลย้อนกลับทางบวก (positive feedback) และการกระตุ้นให้ใช้การคิดไตร่ตรองเพื่อเรียนรู้จากประสบการณ์ของพวกเขา

3) การชักจูงทางสังคม / การให้ข้อมูลย้อนกลับทางบวก (Social Persuasion / Positive Feedback)

การใช้คำพูดชักจูง เป็นวิธีการที่ทำงานและใช้กันอย่างแพร่หลายโดยการบอกบุคคลถึงความสามารถที่เขามีอยู่ที่จะทำให้ประสบความสำเร็จได้ ฐานันท์และคณะกล่าวว่าการได้ยินได้ฟังคนอื่นอย่างง่าย ๆ ก็สามารถกระตุ้นบุคคลได้ (เช่น มีความเชื่อมั่นเกิดขึ้น) และการให้ข้อมูลย้อนกลับทางบวกต่อความเจริญก้าวหน้าของบุคคลก็สามารถเปลี่ยนความสงสัยในความสามารถของตนเองไปเป็นความคาดหวังในความสามารถของตนเองได้ กล่าวอีกอย่างหนึ่ง ในขณะที่เราฟังการให้กำลังใจของคนอื่นว่า “คุณสามารถทำมันได้ “ และ” คุณทำได้ดีมากในการบรรลุผลขั้นแรกของ...” ความคิดและความเชื่อภายในของเราจะเริ่มเปลี่ยนไปเป็นความเชื่อมั่นว่า “ฉันสามารถทำสิ่งนี้ได้ “ ในอันที่จริง มากกว่าทศวรรษแล้วที่มีการสนับสนุนอย่างมากจากงานวิจัยเชิงประจักษ์ถึงผลกระทบจากการให้ข้อมูลย้อนกลับทางบวก และการยอมรับทางสังคมที่ส่งผลต่อการยกระดับการปฏิบัติงานของลูกจ้าง และบางครั้งอาจส่งผลกระทบเหนือกว่ารางวัลที่เป็นเงินและเทคนิคการจูงใจอื่นๆ

ผลกระทบที่ตัวเสริมแรงทางบวกที่ไม่ใช่เงินตราเหล่านี้ เช่น ความใส่ใจ การยอมรับ และการเสริมแรงทางบวก ที่มีต่อการปฏิบัติงานนั้น ได้รับการอธิบายเมื่อไม่นานมานี้ว่า มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการรู้คิด เช่น การรับรู้ความสามารถของตน ในความเป็นจริงองค์กรปัจจุบันส่วนมากลงทุนอย่างมากกับการฝึกอบรมด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง และระบบรางวัลที่เป็นเงินแต่แม้กระนั้น องค์กร และผู้จัดการมักละเลยทรัพยากรสำคัญที่มีอยู่อย่างไม่จำกัดและไม่มีค่าใช้จ่าย ทรัพยากรดังกล่าวนี้ เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานอันทรงพลัง ซึ่งเกิดจาก

ผลกระทบของการให้การยอมรับ การเห็นคุณค่าการให้ข้อมูลกลับทางบวก และการให้ความสำคัญต่อลูกจ้าง ซึ่งไม่เพียงแต่จะมีผลต่อพฤติกรรมที่พึงปรารถนาของลูกจ้างร่วมกับผลกระทบในการปฏิบัติงานเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้าง PsyCap Efficacy ให้กับลูกจ้างด้วย

4) การกระตุ้นทางจิตใจและร่างกาย / สุขภาวะ (Psychological and Physiological arousal / Well-Being)

ถึงแม้การกระตุ้นทางจิตใจและร่างกายจะสัมพันธ์กับความเชื่อในความสามารถน้อยกว่าการได้รับความสำเร็จ การเรียนรู้จากตัวแบบและการจูงใจ / ให้ข้อมูลย้อนกลับ แต่สภาวะทางอารมณ์ของบุคคล (หรือกระตุ้น) และสภาวะทางจิตใจและร่างกายก็มีส่วนสนับสนุน PsyCap efficacy ได้ ยกตัวอย่าง สภาวะทางจิตใจด้านบวกสามารถให้พลังกับกระบวนการรู้คิดในด้านการใช้สัญลักษณ์ (Symbolizing) การตรวจสอบ (Inquiry) การคาดการณ์ล่วงหน้า (Forethought) การสังเกต (Observation) การกำกับตนเอง (Self-regulation) และการคิดไตร่ตรอง (Self-reflection) กระบวนการเหล่านี้จะช่วยเสริมความแข็งแกร่งของการรับรู้และความเชื่อในด้านความมั่นใจ และการควบคุมตนเองในทางตรงกันข้าม บุคคลที่มีสภาวะทางจิตใจและมุมมองทางลบ (เช่น บางคนที่ย่อหย่อนเปลี่ยนจากการทำงานหรือมีความเครียดต่อข้อกำหนด) ก็มักจะประสบกับการไม่มีความหวัง การทำอะไรไม่ได้ และการมองโลกในแง่ร้าย ซึ่งจะนำไปสู่การสงสัยในตัวเองและการรับรู้ความสามารถที่ต่ำลงและเป็นเช่นเดียวกับสุขภาพและความแข็งแรงของร่างกาย ความรู้สึกที่ดีและสภาวะทางร่างกายที่ดีมีผลกระทบทางบวกต่อการรู้คิดและสภาวะทางอารมณ์ของบุคคล รวมถึงความเชื่อและความคาดหวังในความสามารถ ในทางตรงกันข้าม ความเจ็บป่วย ความเหนื่อยล้า และการมีรูปร่างที่ไม่เหมาะสมสามารถส่งผลกระทบทางลบได้

เราทราบว่า เมื่อบุคคลมีความเครียดสูง ปฏิกริยาตอบสนองของร่างกายจะเสื่อมลง ซึ่งสิ่งนี้จะส่งผลย้อนกลับมีผลกระทบต่อกระบวนการทางจิตใจ เช่น ความเชื่อมั่น กระบวนการประมวลข้อมูลและการตัดสินใจ

สิ่งที่มีความสำคัญคือ แม้ว่าการกระตุ้นทางจิตใจ ร่างกายและสุขภาวะจะไม่ส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ความสามารถเท่ากับปัจจัยอื่นๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ถ้าสภาพของจิตใจ ร่างกายและสุขภาวะ เป็นไปในทางลบ มันก็สามารถทำลายระดับการเรียนรู้ความสามารถได้ ถ้าบุคคลมีสภาวะทางอารมณ์หรือจิตใจที่เลวร้ายก็จะทำให้ร่างกายเจ็บป่วยด้วยและส่งผลให้การเรียนรู้ความสามารถเสื่อมถอยอย่างรวดเร็ว หรืออาจไม่หลงเหลือเลยก็ได้ บุคคลที่ทนทุกข์กับสภาวะทางจิตใจหรือร่างกายที่ไม่ดีจึงมีความเชื่อมั่นหลงเหลืออยู่เพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย และอาจถึงขั้นยอมแพ้ซึ่งไม่เพียงแต่กับงานบางอย่าง แต่รวมถึงเรื่องอื่นๆ โดยทั่วไปด้วย

แม้ว่าจะเป็นเรื่องยากที่จะควบคุม เนื่องจากเป็นสิ่งที่อยู่นอกองค์กร แต่องค์กรก็สามารถจัดการให้เกิดภาวะที่ดีทางอารมณ์ จิตใจ ร่างกาย และสภาวะ ได้ นับตั้งแต่การจัดโปรแกรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดี ไม่จนถึงการช่วยเหลือด้วยมิตรไมตรีให้กับครอบครัว (เช่น อำนวยความสะดวกในการดูแลเด็ก) โปรแกรมการช่วยเหลือลูกจ้างอย่างกว้างขวาง และรวมถึง การรวมตัวกันทำกิจกรรมทางสังคม อย่างไม่เป็นทางการ มีหลายวิธีมากที่องค์กรจะสามารถช่วยผู้ร่วมงานในการจัดการกับสภาวะย่ำแย่ ทางจิตใจและร่างกายจากสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความเครียดสูงขึ้น

นอกจากนี้ สายสมร เฉยกิตติ (2554:12-13) กล่าวถึง การพัฒนาทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองให้กับพยาบาลวิชาชีพ ที่เกิดจากการบูรณาการหลักการทางจิตวิทยาตามแนวคิดของแบนดูรา (Bandura) และมีความสอดคล้องกับของลูธานส์และคณะ ซึ่งประกอบด้วย การประสบความสำเร็จจากการกระทำด้วยตนเอง การได้รับประสบการณ์จากตัวแบบ การใช้คำพูดชักจูง และการกระตุ้นอารมณ์โดยใช้เทคนิคต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น 1) การปรับการใช้ถ้อยคำ (Changing One's Language) เป็นการปรับการใช้หลักการของวิชาในความหมายของคำเพื่อช่วยให้สมาชิกกลุ่มเปลี่ยนแปลงการใช้ภาษาของเขา แทนที่ความเชื่อที่ "ฉันไม่สามารถ" หรือ "มันเป็นไปไม่ได้" ด้วยความเชื่อที่ "ฉันสามารถทำได้" ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีความมั่นใจขึ้น 2) เทคนิคการใช้จินตนาการ (Fantasy Approaches) โดยให้สมาชิกกลุ่มจินตนาการความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของตนเองที่มีต่อสถานการณ์ในการทำงานในอาชีพของตน 3) การสอน (Coaching) คือการที่ผู้ฝึกให้สมาชิกกลุ่มมีการแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความมั่นใจในการฝึกพฤติกรรม หรือให้สมาชิกกลุ่มคนอื่นสอบและแนะนำได้ และ 4) การเสริมแรง (Reinforcement) คือการให้กำลังใจแก่สมาชิกกลุ่มได้มีแรงจูงใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้เหมาะสม เช่นการได้รับคำชมเชยหรือให้กำลังใจ เมื่อสมาชิกกลุ่มแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีความมั่นใจมากขึ้น

4.3.2 การพัฒนาทุนทางจิตวิทยาด้านความหวัง (Developing PsyCap Hope)

แม้นักวิจัยบางท่านจะเห็นว่าความหวังเป็นลักษณะนิสัย (dispositional trait) ซึ่งปรับเปลี่ยนไม่ได้ แต่ก็ยังมีอีกหลายท่านที่เห็นว่าความหวังเป็นสภาวะตามพัฒนาการ (developmental state) ซึ่งสามารถพัฒนาได้ ดังนั้นจึงมีหลายวิธีการที่สามารถนำมาพัฒนาและส่งเสริมความหวังได้อย่างประสบผลสำเร็จ ดังนี้ (Luthans et al, 2007, p. 68-72)

1) การตั้งเป้าหมาย (Goal-Setting) มีงานวิจัยจำนวนมากที่มีหลักฐานสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างการตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพกับการปฏิบัติงาน ตามทฤษฎีของความหวังแล้ว การบรรลุผลการปฏิบัติงาน ตามทฤษฎีของความหวังการบรรลุผลการ

ปฏิบัติงานจะเกิดขึ้น เมื่อเป็นเป้าหมายที่เกิดจากภายในและความผูกมัด และเมื่อการบรรลุเป้าหมายเกิดจากการกำกับตนเอง ยิ่งไปกว่านั้นต้องมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบด้านแรงจูงใจในความหวัง เป้าหมายที่ตั้งด้วยตนเอง หรือตนมีส่วนร่วม หรือแม้แต่ถูกกำหนดขึ้นมาแต่มีการอธิบายเหตุผลที่บุคคลสามารถยอมรับได้ ก็มักจะได้ผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น มากกว่าเป้าหมายที่เหมาะสม ไม่เพียงแต่จะส่งผลต่อระดับแรงจูงใจ การตัดสินใจ การเพิ่มความอดทนและความเพียรพยายามของบุคคลเท่านั้น แต่จะต้องส่งผลต่อความตั้งใจและความสามารถในการออกแบบวิธีการอย่างสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายด้วย

2) เป้าหมายที่ยาก (Stretch Goals) เป้าหมายที่นำไปสู่การพัฒนาและสนับสนุนความคิดที่มีความหวัง และนำไปสู่การยกระดับการปฏิบัติงานได้นั้น จำเป็นต้องเป็นเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงสามารถวัดได้ มีความท้าทาย แต่ยังคงบรรลุผลตามที่ต้องการได้ Stretch Goals คือเป้าหมายที่มีความยากเพียงพอต่อการกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวและสำรวจค้นหา แต่ยังคงรับรู้ว่าจะก้าวสู่จุดหมายได้ เป็นเป้าหมายที่คาดหวังถึงความยากลำบากที่สมเหตุสมผลในการประสบความสำเร็จ เมื่อใช้ความพยายามเพิ่มมากขึ้น

3) ระดับขั้นของเป้าหมาย (Stepping) Stepping เป็นองค์ประกอบสำคัญของการประสบความสำเร็จของเป้าหมายที่คาดหวังไว้ เป้าหมายที่ยาก ใช้เวลายาวนาน แม้จะเป็นไปได้แต่ก็ด้วยความลำบากจำเป็นต้องแตกเป้าหมายนั้นออกเป็นเป้าหมายเล็กๆ ที่สามารถจัดการได้ง่ายขึ้น ในขณะที่กระบวนการค่อยๆ มุ่งไปสู่เป้าหมาย ผลที่ตามมาคือแรงจูงใจและหนทางไปสู่เป้าหมายจะมีพลังมากขึ้น เป็นการสร้างรากฐานที่ยั่งยืนให้กับการทำสิ่งที่ทำยากๆ ของบุคคลให้ประสบความสำเร็จ

4) นวัตกรรม (Innovation) การเน้นความสำคัญในด้านการตัดสินใจจากระดับล่างขึ้นไปสู่ระดับบน การให้โอกาสของการมีส่วนร่วมการเสริมพลังลูกจ้าง การได้เป็นตัวแทนและการมีความเป็นอิสระที่สูงขึ้นสิ่งเหล่านี้ มีหลักฐาน ยืนยันว่าทำให้ผลลัพธ์ ของสถานประกอบการเป็นไปในทางที่พึงประสงค์ ยกตัวอย่าง มีการศึกษาที่พบว่าสิ่งดังกล่าวมา มีประโยชน์ในการเพิ่มผลการปฏิบัติงาน เพิ่มความพึงพอใจ ความผูกพันทางจิตใจและความเป็นหนึ่งเดียวกัน ในการวิเคราะห์บทบาทของเทคนิคการสร้างความสำเร็จ เป็นที่กระจ่างว่าวิธีการเหล่านี้ ปฏิบัติกับอยู่ในสถานประกอบการ คือ การเสริมพลัง การให้เสรีภาพ และอำนาจการตัดสินใจ ทั้งหมดนี้ คือพลังจูงใจ (Agency) นอกจากนี้ยังส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และแนวทางการปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จที่ออกแบบด้วยตนเอง ซึ่งสิ่งนี้ คือ แนวทางสู่เป้าหมาย (Pathways) ลูทธานส์และคณะ เห็นว่า บทบาทของการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการปฏิบัติงานนั้น ไม่เพียงแต่จะส่งเสริมด้าน

อารมณ์และแรงจูงใจเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการรู้คิดด้วย กล่าวคือ มันทำให้บุคคลได้วิเคราะห์และพิจารณาในสิ่งที่ดูเหมือนเป็นไปได้ให้กลายเป็นสิ่งที่เป็นไปได้

5) ระบบรางวัล (Reward Systems) การเสริมแรงการคิดที่มีความหวังของทุนทางจิตวิทยาสามารถบรรลุผลได้โดยการให้รางวัลผู้จัดการและลูกจ้างที่มีส่วนช่วยสนับสนุนเป้าหมายที่เหมาะสม มีความคิดริเริ่มในการตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ แสดงออกถึงการควบคุมตนภายใน และมีพฤติกรรมกำกับตนเอง (พลังจูงใจ) รวมถึงมีความสร้างสรรค์และมุ่งมั่นดำเนินตามแนวทางหลากหลายที่นำไปสู่สำเร็จตามเป้าหมาย สถานการณ์ในองค์กรส่วนมาก ระบบรางวัลโดยปกติไม่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงไปสู่การเกิดแรงจูงใจและการปฏิบัติงานที่ยั่งยืนหลายๆ คนไม่เห็นการเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่เขาทำกับการเห็นคุณค่าที่เขาได้รับในการทำงาน ความไม่เชื่อมโยงนี้สามารถทำให้แรงจูงใจของบุคคลค่อยๆ หดไปได้ และทำให้การปฏิบัติงานลดต่ำลง การแสดงให้เห็นถึงว่าการกระทำของเขาเป็นเครื่องมือโดยตรงที่นำไปสู่รางวัลบางอย่างได้อย่างไร ปรากฏว่าเป็นการสร้างแรงจูงใจที่ดีมาก

6) ทรัพยากร (Resources) ความคับข้องใจจากสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันมากเกินไปในปัจจุบันซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ เป็นอุปสรรคขัดขวางความพยายามที่จะบรรลุเป้าหมาย ดังนั้น การเปลี่ยนแนวทางเพื่อรักษาและส่งเสริมความหวังจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ดังหัวข้อข้อยอดนิยามที่ปรากฏในนิตยสารทางธุรกิจที่แสดงออกถึงการให้ทางเลือก ว่า “เปลี่ยนแปลง หรือ ตาย “ (Change or Die) ในประเด็นของทุนทางจิตวิทยาด้านความหวัง การเปลี่ยนแปลงจะเกี่ยวข้องกับการหาแนวทางอื่นที่ดีต่อการบรรลุเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม ลูกจ้างที่ไม่มีความผูกพันมาก สภาพการณ์ที่จำกัด เช่น ขาดการเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นก็สามารถกระตุ้นให้เกิดวิธีคิดที่ไม่ดีและอ่อนล้าอย่างรวดเร็วต่อการหาหนทางดำเนินต่อไป เป็นผลให้เกิดความสิ้นหวังและเฉื่อยชา เป็นที่แน่ชัดว่าการกำหนดการมาก่อนหลังและประสิทธิภาพของทรัพยากรมีความสำคัญต่อการประคับประคองความหวังและการบรรลุเป้าหมาย การสนับสนุนจากหัวหน้าและองค์กรในการช่วยให้ลูกจ้างได้สำรวจแนวทางอื่นก็เป็นการช่วยเหลือด้วยเช่นกัน

นอกจากทรัพยากรวัตถุที่เห็นได้ง่ายแล้ว การสนับสนุนด้านการจัดการและความผูกพันเป็นทรัพยากรที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ยกตัวอย่าง ถ้าไม่มีการสนับสนุนด้านการจัดการจากระดับบน การบรรลุเป้าหมายสำคัญก็จามีน้อยมาก ในอันที่จริงแล้ว สมาชิกในองค์กรที่มีความหวังมากเท่าใด เขายังคับข้องใจในสภาพแวดล้อมที่ขาดการสนับสนุนจากระดับบนมากเพียงนั้น

7) การปรับปรุงกลยุทธ์ (Strategic Alignment) การจัดการกลยุทธ์ในปัจจุบันมักมองข้ามความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์ ในฐานะที่เป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับความได้เปรียบทางการแข่งขันในโลกการทำงานไม่ให้ความสำคัญกับการกำหนดงานที่เหมาะสมกับพรสวรรค์และจุดแข็งของลูกจ้าง รวมถึงไม่ใส่ใจกับการเป็น “หัวหน้าแถวๆ” ที่ใช้วิธีสืบทอดต่อกันมา เทคนิคการคัดเลือกคนเข้าทำงานยังคงสนใจแต่เฉพาะความชำนาญและเฉพาะอย่าง ขณะที่กลยุทธ์ในการพัฒนายังคงใช้การซ่อมแซมจุดอ่อนซึ่งตรงข้ามกับการเพิ่มพลังจุดแข็ง

ในทำนองเดียวกันกับการจัดการกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นไปที่การจัดสรรทรัพยากร เงิน และวัสดุสิ่งของอย่างเหมาะสมให้กับส่วนที่องค์กรจะได้ประโยชน์ กลับคืนมาสูงสุด ในการพัฒนาพลังใจ และแนวทางปฏิบัติ (pathway) ซึ่งเป็นส่วนประกอบของความหวัง ก็ย่อมมีความจำเป็นมากเช่นกันที่ต้องปรับการวางคนให้เหมาะสมอย่างระมัดระวัง และมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมกับพรสวรรค์ และจุดแข็งของลูกจ้างแต่ละคน เนื่องจากความสนใจด้านการมีความหวังอยู่ที่แนวทางการปฏิบัติ จึงควรดำเนินการโดยจัดคนให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมกับแนวทางปฏิบัติที่หลากหลาย ในอีกด้านหนึ่งที่ตรงข้ามแบบสุดโต่งคือ การจับคู่คนที่ไม่เหมาะสมกับความรับผิดชอบในงาน ถึงขนาดที่พวกเขาแทบไม่มีโอกาสประสบความสำเร็จ การวางคนในตำแหน่งที่ผิดพลาดจะไปจำกัดความเป็นไปได้ในแนวทางปฏิบัติพร้อมกับความหวังของพวกเขาด้วย

8) การฝึกอบรม (Training) แม้ว่าองค์กรซึ่งปฏิบัติตามความเชื่อที่ว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่มีค่าที่สำคัญที่สุด และเชื่อว่าการลงทุนในมนุษย์โดยการฝึกอบรมยังจำเป็นต้องมีความระมัดระวังในการนำปรัชญาการฝึกอบรม แต่ทำไม วิธีการฝึกอบรมตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (Prescriptive training approaches) จึงก่อให้เกิดความเฉื่อยชา และจำกัดการคิดเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติ การฝึกอบรมที่ใช้เทคนิคนำเสนอแบบทางเดียวที่ไม่มีการโต้ตอบสามารถลดทอนพลังใจให้น้อยลง การมุ่งเน้นไปที่โปรแกรมการฝึกทักษะที่ใช้การแบ่งปันความรู้ตามหลักวิชาที่เป็นมาตรฐาน และข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับงาน แม้ว่าบางครั้งจะเป็นสิ่งจำเป็น ก็ควรอยู่ในขอบเขตจำกัด ในทำนองตรงกันข้าม การฝึกอบรมที่ส่งเสริมความหวังควรมีลักษณะที่มีการปฏิบัติจริง มีการโต้ตอบ และมีส่วนร่วม การฝึกอบรมในลักษณะนี้มุ่งส่งเสริมสมรรถนะที่ก้าวไป และพัฒนาพรสวรรค์ให้แข็งแกร่ง ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ได้กับหลายๆ สถานการณ์ได้ การฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับความหวังควบคู่ไปกับทักษะการเรียนรู้ก็ยังสามารถให้ความรู้และให้เขามีโอกาสทำได้ แต่ต้องเหลือโอกาสให้พวกเขาได้ตระหนักรู้ในตนเองได้กับตนเอง ได้ประเมินตนเองและได้พัฒนาตนเอง

นอกจากนี้ สายสมร เฉลยกิตติ (2554, น. 13) กล่าวถึงการพัฒนาทฤษฎาจิตวิทยาเชิงบวกด้านความหวัง เพื่อพัฒนาให้พยาบาลวิชาชีพมีความคิดมุ่งมั่น มีการกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจน มีแรงจูงใจ มีความกระตือรือร้นมีความเพียรพยายามในการทำงานเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายจะสำเร็จลุล่วงมีการวางแผนการทำงาน และคิดหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยใช้เทคนิคต่างๆ ดังนี้ 1) การคัดสรรสาระสำคัญ (Selective Abstraction) คือการช่วยฝึกทักษะการคิดให้สามารถคัดสรรสาระสำคัญๆ หรือเลือกประเด็นสำคัญของสถานการณ์การทำงานที่มีความมุ่งมั่น การกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจน มีแรงจูงใจ มีความกระตือรือร้น และมีความเพียรพยายาม เพื่อนำมาสู่เป้าหมายการทำงานที่วางไว้ 2) การเสริมแรง (Reinforcement) คือ การให้กำลังใจสมาชิกกลุ่มได้มีแรงจูงใจในการเปลี่ยนพฤติกรรมให้เหมาะสม เช่น การได้รับคำชมเชยหรือให้กำลังใจเมื่อสมาชิกกลุ่มแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีความมั่นใจมากขึ้น และ 3) การกำหนดข้อดีและข้อเสีย (Listing Advantages and Disadvantages) คือการบอกข้อดีและข้อเสียของความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมในการทำงานที่ตนเองเคยแสดงออกมาแล้วมีผลทำให้เกิดปัญหาตามมา เพื่อให้สมาชิกกลุ่มวิเคราะห์ และวางแผนก่อนลงมือกระทำ

4.3.3 การพัฒนาทฤษฎาจิตวิทยาด้านการมองโลกในแง่ดี (Developing PsyCap Optimism)

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วในตอนต้นว่าบางท่านเห็นว่าการมองโลกในแง่ดีเป็นลักษณะนิสัย (Trait-like) ซึ่งค่อนข้างคงที่ แต่ก็มึบางท่านที่เห็นว่าเป็นสภาวะ (state-like) ซึ่งเรียนรู้ได้ ลูธานส์และคณะกล่าวว่าเพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์ด้านการมองโลกในแง่ดีของทฤษฎาจิตวิทยาเราจะพิจารณาในคุณสมบัติตามพัฒนาการที่เป็นสภาวะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมองโลกในแง่ดีของทฤษฎาจิตวิทยาสามารถพัฒนาได้โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้เหตุผลเชิงลบ หรือ โดยการเพิ่มพูนมิติของรูปแบบการให้เหตุผลเชิงบวก เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย ลองพิจารณาตามตัวอย่างกรณีต่อไปนี้ สมชายเป็นผู้จัดการของโรงงานขนาดกลางผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า แต่โรงงานล้มเหลวที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ได้ตามจำนวนที่ต้องการ รูปแบบการให้เหตุผลเชิงลบจะผลักดันกระบวนการคิดของสมชาย อธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นว่ามีสาเหตุมาจากตนเอง (มันเป็นความผิดของฉัน) ซึ่งเป็นความคิดที่คงทน (ฉันไม่เคยทำได้ตามความคาดหวังของหัวหน้าเลย) และแพร่ขยายความคิดออกไป (ฉันเป็นผู้จัดการที่แย่) ในเวลานี้สมชายมีแนวโน้มที่จะเครียดและอ่อนแรงแมกยิ่งไปกว่านั้น ถ้าสมชายยังคงยึดรูปแบบการให้เหตุผลเชิงลบอยู่ต่อไปเป็นเวลานานๆ อาจก่อให้เกิดปัญหาได้ทั้งร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้สมชายมีแนวโน้มที่จะสร้างคำทำนายที่ทำให้ตนเองพอใจในทางลบ และเป็นสาเหตุให้การปฏิบัติงานเกิดความผิดพลาดได้แม้ในระยะยาว ซึ่งเป็นทัศนคติที่อาจส่งผล

ให้เกิดความผิดพลาดได้แม้ในระยะยาว ซึ่งเป็นทัศนคติที่อาจส่งผลให้เกิดความไม่พอใจอย่างแพร่หลายในกลุ่ม เกิดความไม่ร่วมมือ และความเฉยเมยเหล่านี้มีผลกระทบต่อผู้ร่วมงาน สภาพการณ์เช่นนี้ แสดงให้เห็นถึงลักษณะการมองโลกแง่ร้าย ซึ่งสามารถหลีกเลี่ยงได้ถ้าผู้จัดการได้รับการอบรมให้มีรูปแบบการให้เหตุผลในแง่บวก (Optimistic Explanatory Style)

Schneider (Luthans, et al.2007, citing to Schneider 2001) นำเสนอมุมมองที่นำไปใช้ได้เหมาะสมในการพัฒนาการมองโลกในแง่ดีอย่างแท้จริงให้เกิดขึ้นในสถานประกอบการ ได้แก่ ผ่อนปรนต่อสิ่งที่ผ่านมาแล้ว ความซาบซึ้งต่อสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบัน และการแสวงหาโอกาสให้กับอนาคต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การผ่อนปรนต่อสิ่งที่ผ่านมาแล้ว เป็นอดีตไปแล้วไม่ได้หมายถึงการปฏิเสธหรือการหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ ในทางตรงกันข้าม มันคือเทคนิคทางบวกที่ยอมรับความจริงของสถานการณ์ ให้อำนาจจัดการโดยมุ่งแก้ไขที่ปัญหาในสถานการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ “มันดีที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้แล้ว” การผ่อนปรนต่อสิ่งที่ผ่านมาแล้ว สามารถช่วยให้ผู้จัดการที่มีความกระตือรือร้น เช่น สมชายได้จัดการกับบุคลิกภาพแบบ A และนิสัยชอบความสมบูรณ์แบบของเขาได้ มันสามารถชี้แนะความพยายามในการตั้งเป้าหมายที่เป็นจริงได้สำหรับตัวเองและผู้ร่วมงาน สิ่งนี้จะย้อนกลับให้สมชายสามารถสร้างแผนงานที่ปฏิบัติได้ โดยใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมนุษย์ สิ่งของ และเงินที่อยู่ภายใต้การควบคุมได้ดีขึ้น ซึ่งไม่เพียงแต่จะได้ผลการปฏิบัติงานตามที่กำหนดได้เท่านั้นแต่ยังเหนือกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ด้วย

ในกระบวนการพัฒนาทุนจิตวิทยาด้านการมองโลกในแง่ดีนั้น การอ้างเหตุผลจากภายนอกอาจทำได้โดยการมองเห็นสถานการณ์ที่มีความสอดคล้องสูง (High Consensus) มีความสม่ำเสมอต่ำ (Low Consistency) และมีความโดดเด่นสูง (High Distinctiveness) ถ้าสมชายสามารถได้รับข้อมูลย้อนกลับที่มีประโยชน์ว่า 1) โรงงานของเขาไม่ใช่โรงงานเดียวที่ทำผลงานไม่ได้ตามเป้า (ความสอดคล้องสูง) 2) นี่เป็นเพียงครั้งหนึ่งในไม่กี่ครั้งที่โรงงานผลิตงานไม่ได้ตามเป้า (ความสม่ำเสมอ) และ 3) นอกจากเรื่องปริมาณของผลิตภัณฑ์แล้ว โรงงานของเขามีการปฏิบัติอื่นที่เป็นไปตามความคาดหวัง เช่น มาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัย (ความโดดเด่นสูง) เหล่านี้อาจทำให้สมชายสามารถมีรูปแบบการให้เหตุผลแบบมองโลกในแง่ดีได้ แต่ถ้าโชคไม่ดี คือ ผู้จัดการภูมิภาคอาจคิดว่าทำให้ข้อมูลเชิงบวกเช่นนั้นจะทำให้สมชายขาดแรงจูงใจที่จะทำงานหนักมากขึ้น และได้ผลงานตามเป้าในอนาคต ในอันที่จริง มีผู้จัดการหลายคนที่ตกหลุมพรางของการให้ข้อมูลทางลบในสถานการณ์เช่นนี้ คือ คิดว่าสิ่งนี้จะกระตุ้นการปฏิบัติงานของ

ลูกจ้าง ในเวลาต่อมาพวกเขาก็จะพบว่า เมื่อเวลาผ่านไป ผู้ร่วมงานที่ดีที่สุดก็ขาดแรงจูงใจและความผูกพันที่จะปฏิบัติงานให้ดี

2) ความซาบซึ้งต่อสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เป็นกลยุทธ์ที่สองที่นำเสนอโดย Schneider ในปี 2001 เกี่ยวกับการพัฒนาการมองโลกในแง่ดี ที่มีความยืดหยุ่นและเป็นจริง ตามตัวอย่างข้างต้นสมชายอาจเรียนรู้การให้เหตุผลแบบซาบซึ้งกับสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ในสถานการณ์ใดๆ ก็ตาม แม้จะเป็นสถานการณ์ที่ไม่ดีเพียงใด แต่ก็ยังมีด้านบวกให้อิ่มเอมใจได้ การมองโลกในแง่ดีที่มีความยืดหยุ่นของสมชายอาจปรับมุมมองใหม่จากการมองทางลบไปสู่การให้ความสนใจในทางบวก ตัวอย่างเช่น สมชายอาจเรียนรู้ที่จะขอบคุณที่โรงงานยังผลิตของได้ทุกๆ ที่อยู่ในสถานการณ์ยากลำบากผลิตภัณฑ์ยังคงไว้ซึ่งคุณภาพที่ดี มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน การรักษาทีมทำงานในหน่วยไว้ได้ ความเข้าใจและความไว้วางใจของหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน และรวมถึงความจริงที่ว่าเขายังมีงานที่มีรายได้ดี ความซาบซึ้งกับสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันสามารถปกป้องสมชายจากทัศนคติที่ทำให้ตนรู้สึกล้มเหลวซึ่งอาจทำให้ความมุ่งมั่นและแรงจูงใจที่จะปรับปรุงตนให้ดีขึ้นในอนาคตหมดไปได้

3) การแสวงหาโอกาสให้กับอนาคต เป็นกลยุทธ์ประการสุดท้ายในการพัฒนาการมองโลกในแง่ดีที่นำเสนอโดย Schneider ตามตัวอย่างข้างต้น ถ้าสมชายยอมรับความเป็นจริงของตัวเอง หน่วยงานและองค์กรในฐานะที่เป็น “กระบวนการทำงาน “ จะทำให้เขาไม่เพียงแต่จะซาบซึ้งกับสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังมองไปยังอนาคตโดยใช้โอกาสทั้งหมดที่มีอยู่ในปัจจุบัน ในอันที่จริงแล้วสมชาย จะสามารถแสวงหาและปฏิบัติการเชิงรุกต่อโอกาสในอนาคตเพื่อตัวเองและเพื่อนร่วมงาน โดยอาศัยความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในสมรรถนะและจุดอ่อนของแต่ละคน ทูทางจิตวิทยาด้านการมองโลกในแง่ดีที่มีความยืดหยุ่นและเป็นจริงสามารถใช้เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังสำหรับผู้ผู้นำในองค์กร เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นตัวเอง รวมถึงคนอื่นๆ ให้อยอมรับ แม้แต่การตัดสินใจทำให้สิ่งที่ทำทลาย เพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานในปัจจุบันและในอนาคต

นอกจากนั้นแล้ว สายสมร เฉลยกิตติ (2554, น. 13-14) กล่าวถึงการพัฒนาทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการมองโลกในแง่ดี เพื่อพัฒนาพยาบาลวิชาชีพให้คิดโดยใช้เหตุผลในการอธิบายสถานการณ์การทำงานต่างๆ ในทางบวกที่ว่าสถานการณ์ในทางลบจะเกิดขึ้นเพียงชั่วคราว ส่วนสถานการณ์ที่ดีจะเกิดขึ้นได้เสมอ มีความคิดต่อตนเองในทางบวก เห็นว่าการทำงานที่ประสบความสำเร็จเป็นเพราะตนเอง ส่วนการทำงานที่ผิดพลาดนั้นเกิดขึ้นได้กับทุกคน โดยใช้เทคนิคการพัฒนาดังนี้ 1) การฝึกให้สมาชิกกลุ่มได้ตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขในการให้

คุณค่าและเจตคติ ของคนที่มิต่อสถานการณ์ในการทำงานความรู้สึก ความคิด ที่ไม่ดี และความ สอดคล้องเชื่อมโยงระหว่างอารมณ์กับความคิดอย่างไม่มีเหตุผล และพฤติกรรมที่ตนเองเคย แสดงออกมาแล้วมีผลทำให้เกิดปัญหาตามมา 2) การโต้แย้งกับความเชื่อที่ไม่สมเหตุผล (Disputing Irrational Belief) เป็นการช่วยให้สมาชิกกลุ่มได้เห็นถึงวิธีการตรวจสอบ “การมองโลก ในแง่ไม่ดีหรือในแง่ร้าย “ โดยมุ่งความสนใจไปที่การโต้แย้งต่อความไม่มีเหตุผล ความไม่ สอดคล้องเชื่อมโยงกับของความคิดที่จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่ม 3)การ มอบหมายการบ้าน (Homework Assignment) เป็นการช่วยตรวจสอบความเข้าใจในการเข้าร่วม กลุ่มและสิ่งที่ได้รับเพื่อนำไปปฏิบัติในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น 4) การใช้สถานการณ์จำลอง (Simulation) เป็นการใช้สถานการณ์ตัวอย่างให้สมาชิกกลุ่มฝึกคิดวิเคราะห์จากสถานการณ์ที่ สมาชิกกลุ่มกำลังเผชิญอยู่ และทราบความคิดของตนเองว่าเป็นอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างกับ สมาชิกคนอื่นอย่างไร 5) การกล่าวกับตัวเองทางบวก (Positive Self-Statement) เป็นการกล่าวกับ ตัวเองด้วยความเชื่อที่สมเหตุผลสมผลเกี่ยวกับการทำงาน โดยให้สมาชิกกลุ่มเขียนความคิดและ กล่าวซ้ำๆ สม่ำเสมอ และให้สมาชิกกลุ่มรักษาคำกล่าวเหล่านี้ทุกวัน 6) การปรับการใช้ถ้อยคำ (Changing One's Language) เป็นการใส่ใจเป็นพิเศษเกี่ยวกับการใช้หลักการของวิชาถึง ความหมายของคำ เพื่อช่วยให้สมาชิกกลุ่มเปลี่ยนแปลงการใช้ภาษาของเขา แทนที่ความเชื่อว่า “สถานการณ์การทำงานในแง่ลบจะเกิดขึ้นทุกเรื่อง “ เปลี่ยน เป็น “สถานการณ์การทำงานในแง่ ลบจะเกิดขึ้นเฉพาะกรณี” 7) การเสริมแรง (Reinforcement) เป็นการให้กำลังใจแก่สมาชิกกลุ่ม เพื่อให้มีแรงจูงใจในการเปลี่ยนพฤติกรรมให้เหมาะสม เช่น การได้รับคำชมเชยหรือให้กำลังใจเมื่อ สมาชิกกลุ่มแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีความมั่นใจมากขึ้น

4.3.4 การพัฒนาทุนทางจิตวิทยาด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ (Developing PsyCap Resiliency)

ทุนทางจิตวิทยาด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ เป็นสมรรถนะหรือความเข้มแข็งทาง จิตใจที่พัฒนาได้ ปรับเปลี่ยนได้ และไม่คงที่ จากการติดตามการวิเคราะห์ปัจจัยในกระบวนการ การฟื้นคืนภาวะปกติ Masten and Reed (2002) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงกลยุทธ์ในการพัฒนาการฟื้นคืนภาวะ ปกติ ที่สามารถนำมาปรับใช้ในสถานประกอบการ ดังนี้

1) กลยุทธ์ที่มุ่งความสนใจที่สิ่งที่มีคุณค่า (Asset-Focused Strategies) กลยุทธ์นี้มุ่งความสนใจไปที่การส่งเสริมระดับการรับรู้และความเป็นจริงของสิ่งที่มีคุณค่าและ ทรัพยากรที่สามารถเพิ่มความน่าจะเป็นของผลลัพธ์ทางบวกได้ สิ่งที่มีคุณค่าเหล่านี้ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ (การศึกษาประสบการณ์ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ) ทุนทางสังคม (สัมพันธ์ภาพ เครือข่าย) และแม้แต่องค์ประกอบที่เป็นทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (การรับรู้ความสามารถของตน

ความหวัง การมองโลกในแง่ดี) สำหรับทุนมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือความรู้ชัดแจ้ง ทักษะและความสามารถ เป็นสิ่งที่เรียนรู้และส่งเสริมได้โดยใช้โปรแกรมฝึกอบรมและพัฒนา

องค์ประกอบที่ซ่อนเร้นของทุนมนุษย์ ซึ่งเป็นความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวข้องกับองค์กรในเรื่อง ค่านิยมเฉพาะวัฒนธรรม โครงสร้างกลยุทธ์ และกระบวนการ สามารถพัฒนาได้โดยวิธีและเทคนิคที่หลากหลาย เช่น การถ่ายทอดทางสังคม (Socialization) การให้คำแนะนำ (Mentoring) และแม้แต่การหมุนเวียนงาน (Job rotation) ในส่วนของทุนทางสังคม สามารถพัฒนาได้โดยการสื่อสารอย่างเปิดเผย การสร้างความไว้วางใจ ความโปร่งใสในการใช้อำนาจ การให้ข้อมูลย้อนกลับและการยอมรับ การทำงานเป็นทีม และการสร้างสมดุลระหว่างงานกับการใช้ชีวิต

2) กลยุทธ์ที่มุ่งความสนใจไปที่ความเสี่ยง (Risk-Focused Strategies) ภายใต้กลยุทธ์นี้ Masten และ Reed เสนอองค์ประกอบความเสี่ยงที่สามารถเพิ่มความน่าจะเป็นในการป้องกันผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ กลยุทธ์ที่มุ่งความสนใจไปที่ความเสี่ยงของผู้บริหารกิจการ และผู้จัดการ จะเกี่ยวข้องกับการคิดนอกกรอบ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะกระตุ้นให้เกิดความระมัดระวังปกติจะมีความเสี่ยงสูงแต่มีศักยภาพที่จะได้รับผลตอบแทนสูง ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจผู้บริหารกิจการและผู้จัดการที่รับความเสี่ยงจะได้รับการสนับสนุน ได้รับคำแนะนำ และได้รับสิ่งจำเป็นเพื่อความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม มีหลายคนที่มีสมรรถนะเชิงสร้างสรรค์ และความคิดเห็นที่มีศักยภาพแต่กลับเลิกล้มความฝันและใช้กลยุทธ์หลีกเลี่ยงความเสี่ยงเพื่อให้เกิดความปลอดภัย (เช่น ทำงานที่นำเบือหน่าย แต่มีความมั่นคง) การจัดหาสิ่งที่เหมาะสมให้กับบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนทางสังคม แม้เมื่อเผชิญกับความเสี่ยง โอกาสด้านศักยภาพ จากกลยุทธ์คิดนอกกรอบที่ทำให้สามารถบรรลุผลที่ดี แต่แม้กระนั้น ปัจจัยเสี่ยงที่ไม่จำเป็นและเป็นอันตราย หลายอย่างจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงในบริบทของการทำงาน เช่น นิสัยการกินที่ไม่ดี และขาดการออกกำลังกาย อันเนื่องมาจากจำนวนการทำงานที่ยาวนาน และความเครียดจากการทำงาน

3) กลยุทธ์ที่มุ่งสนใจไปที่กระบวนการ (Process-Focused Strategies) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นไปที่กลไกการจัดการกับปัญหา ซึ่งมีข้อแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างวิธีหลีกเลี่ยงปัญหา (Avoidance-Coping) กับวิธีมุ่งเข้าสู่ปัญหา (Approach-Coping) และปรากฏว่าเทคนิคที่มุ่งเข้าสู่ปัญหามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการฟื้นคืนภาวะปกติ ซึ่งทำให้บุคคลกลับสู่ภาวะปกติและอาจเหนือกว่าสภาพเดิมได้ ในขณะที่เทคนิคการหลีกเลี่ยงปัญหา มีแนวโน้มที่จะส่งผลทางลบต่อการฟื้นคืนภาวะปกติ

นอกจากนี้แล้ว สายสมร เฉลยกิตติ (2554, น. 14-15) ยังกล่าวถึงการพัฒนาทุนจิตวิทยาด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ เพื่อพัฒนาความสามารถของพยาบาลวิชาชีพที่จะจัดการกับอารมณ์ของตนเอง เมื่อเผชิญปัญหา สามารถเข้าใจความรู้สึก ความต้องการของตนได้อย่างมีเหตุผล เพื่อฟื้นฟูตนเองกลับภาวะปกติได้ เพิ่มการตระหนักรู้ในตนเอง ควบคุมจิตใจตนเองได้ ทำให้เกิดความสงบของร่างกายและจิตใจ สามารถจัดการอารมณ์ตนเอง เข้าใจความรู้สึก ความต้องการของตนอย่างมีเหตุผล เผชิญกับสถานการณ์การทำงานต่างๆ และสามารถแก้ปัญหาปรับตัวในการทำงานได้อย่างเหมาะสม โดยใช้เทคนิคต่างๆ ดังนี้ 1) การฝึกการหายใจที่สมดุล (Balance Breathing) ด้วยการควบคุมการหายใจเข้าออก โดยให้สมาชิกกลุ่มสามารถควบคุมจิตใจของตนเองได้ ทำให้เกิดความสงบของร่างกายและจิตใจอย่างเต็มที่ เกิดสมาธิและช่วยลดปัญหาทางอารมณ์ได้ 2) การผ่อนคลายกล้ามเนื้อ (Progressive Muscle Relaxation Training) เป็นการให้สมาชิกกลุ่มได้รับการตอบสนองที่ผ่อนคลายผ่านการฝึกการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ 3) เก้าอี้ว่าง (Empty Chair) ใช้บทบาทสมมติโดยการให้พูดกับเก้าอี้ว่างที่อยู่ตรงหน้า โดยจินตนาการว่ามีคนนั่งอยู่ที่เก้าอี้นั้นและเป็นผู้ที่มีความขัดแย้งอยู่หรือมีสัมพันธ์ภาพที่ไม่ดีด้วย เพื่อจะดูอารมณ์ความรู้สึก และเจตคติของผู้รับคำปรึกษา เพื่อให้เกิดความเข้าใจตนเองและตัดสินใจด้วยตนเองอย่างเหมาะสม 4) การแก้ปัญหา (Problem Solving) คือการให้สมาชิกกลุ่มเผชิญกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ปัญหาต่างๆ ในการทำงานโดยใช้เทคนิคการแก้ปัญหา 5 ขั้นตอนลำดับ คือ ระบุปัญหา วิเคราะห์สาเหตุ กำหนดและหาทางเลือกในการแก้ปัญหา ตัดสินใจเลือกวิธีที่สามารถทำได้ มีข้อเสียน้อยที่สุด และ ลงมือปฏิบัติการแก้ไขปัญหา 5) การเสริมแรง (Reinforcement) เป็นเทคนิคที่ใช้เพื่อให้กำลังใจแก่สมาชิกกลุ่มให้มีแรงจูงใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้เหมาะสม และ 6) การให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เป็นเทคนิคเมื่อสมาชิกกลุ่มได้ฝึกปฏิบัติพฤติกรรมใหม่ในกลุ่มแล้ว สมาชิกกลุ่มจะได้รับข้อมูลย้อนกลับ เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการเรียนรู้พฤติกรรมใหม่

4.5 การวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก

ลูธานส์และคณะ (Luthans; et al, 2008, น. 228) สร้างแบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก เรียกว่า Psychological Capital Questionnaire หรือ PCQ แบบวัดนี้ได้มาจากแนวคิดแต่ละองค์ประกอบของทุนจิตวิทยาเชิงบวก 4 ตัวแปร คือ ความหวัง ของ Snyder และคณะ (1996) ความมั่นใจในความสามารถของตน ของ Park ในปี 1998 การฟื้นคืนภาวะปกติ ของ Wangnild & Young ในปี 1993 การมองโลกในแง่ดีของ Scheier & Carver ในปี 1985 แบบวัดนี้มีจำนวน 24 ข้อ (องค์ประกอบละ 6 ข้อ) ให้คะแนนแบบมาตราประเมินค่า 6 ระดับ แบบวัดมีลักษณะเป็น

สภาวะ คือ เน้นการถามในช่วงนั้นๆ ซึ่งข้อคำถามจะปรับปรุงให้เข้ากับลักษณะในบริบทของงานที่
ต้องการศึกษา

4.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับทุนจิตวิทยา เชิงบวก

Bozgeyikli (2017) ได้ศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพที่
ส่งผลต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกในกลุ่มอาจารย์ของโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการจำนวน
416 คน ในเมืองอิสตันบูล ประเทศตุรกี พบว่า องค์ประกอบทั้งห้าประการสามารถอธิบายทุก
องค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก โดยสามารถอธิบายองค์ประกอบการมองโลกในแง่ดีได้
มากที่สุด (40.6%) รองลงมาคือ ความยืดหยุ่นทางจิตใจ (38.5%) ซึ่งมีเพียงบุคลิกภาพด้าน
หวั่นไหวเท่านั้นที่มีผลในทิศทางลบ Dewal & Kumar (2017) ได้ศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบห้า
ประการของบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกในกลุ่มผู้ประกอบการ 124 คนในเมือง
มุมไบ ประเทศอินเดีย พบว่า มีบุคลิกภาพบางด้านเท่านั้นที่ส่งผลต่อทุนทางจิตวิทยา
คือ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism; $\beta = -.23, p < .05$), บุคลิกภาพแบบแสดงตัว
(Extraversion; $\beta = .21, p < .05$), บุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง (Openness to Experience;
 $\beta = .29, p < .01$) Coomer (2016) ได้ศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion)
และบุคลิกภาพแบบมีสติ (Consciousness) ที่ส่งผลต่อทุนทางจิตวิทยา ในกลุ่มพนักงานขายจาก
ภาคประกันภัยจำนวน 300 คน ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่ามีเพียงบุคลิกภาพแบบแสดงตัว
เท่านั้นที่ส่งผลต่อทุนทางจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($\beta = .518$)

ในการศึกษาครั้งนี้ของผู้วิจัยจะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างพนักงานโรงแรมระดับ
ปฏิบัติการซึ่งปฏิบัติงานในตำแหน่งงานที่ต้องพบปะและให้บริการลูกค้าที่ปฏิบัติงานในโรงแรม
ระดับ 3 ดาวในประเทศไทย โดยจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับทุน
จิตวิทยาเชิงบวก จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานข้อที่ 2 ของงานวิจัยว่า บุคลิกภาพห้า
องค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก

4.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างทุนจิตวิทยาเชิงบวกกับ พฤติกรรมบริการ

จากการศึกษาพบว่า การใช้คะแนนจากตัวแปรทุนจิตวิทยาทั้ง 4 ตัวแปรรวมกัน
สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานและเกี่ยวกับการทำงานได้ดีกว่าตัวแปรย่อยแต่ละตัวแปร
(Luthans; et. al, 2007, p. 19) แต่อย่างไรก็ตามพบว่า การวิเคราะห์ตัวแปรย่อยแต่ละตัวแปรก็
ยังคงได้ผลดี ซึ่งสนับสนุนการศึกษา ยูสเซฟและลูธานส์ (Youssef & Luthans, 2007) ที่พบว่า

ทุกตัวแปรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงาน คือ ตัวแปรความหวังและตัวแปรการมองโลกในแง่ดี มีค่าอำนาจการทำนาย 0.21 เท่ากัน ตัวแปรการปรับพื้นดินสภาวะปกติ มีอิทธิพลต่อตัวแปรผลที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ด้านความพึงพอใจในการทำงาน มีค่าอำนาจการทำนาย 0.10 ความสุขในการทำงาน ค่าอำนาจทำนาย 0.17 เจตลักษณะ เสนิงส์ ณ อยุธยา (2559, น. 107) ได้ศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี จำนวน 217 คน พบว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ($\beta = .81, p < .001$) มีงานวิจัยจำนวนหนึ่ง ที่ศึกษาอิทธิพลของทุนทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร เช่น Jung & Yoon (2015) ได้ศึกษาหัวข้อนี้ในกลุ่มพนักงานโรงแรมจำนวน 324 คนจาก 10 โรงแรม ในเมืองโซล ประเทศเกาหลีใต้ และพบว่า ทุนทางจิตวิทยาส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร ($\beta = .40, p < .001$) นอกจากนี้ Gupta, Shaheen, & Reddy (2017) ได้ศึกษาหัวข้อนี้ในกลุ่มพนักงานภาคการบริการจำนวน 293 คนในประเทศอินเดีย พบว่า ทุนทางจิตวิทยาส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรในระดับบุคคล (OCBI; $\beta = .54, p < .001$) และในระดับองค์กร (OCBO; $\beta = .88, p < .001$) สำหรับการศึกษานี้ศึกษาอิทธิพลของทุนทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรซึ่งมุ่งเน้นการให้บริการ (Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior) Lee, Hsiao, & Chen (2017) และ Hsiao, Lee, & Chen (2015) พบรูปแบบอิทธิพลนี้ ($\beta = .67, p < .001$) ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 493 คน (ประกอบด้วยพนักงานจำนวน 190 คน และลูกค้าจำนวน 303 คน) จากโรงแรมในไต้หวันจำนวน 30 โรงแรม นอกจากนี้ Bouzari & Karatepe (2017) พบรูปแบบของอิทธิพลนี้ ($\beta = .51, p < .01$) ในกลุ่มพนักงานชายของโรงแรมระดับสี่ถึงห้าดาวจำนวน 187 คน ในเมืองเตหะราน ประเทศอิหร่าน มีงานวิจัยบางส่วนได้ศึกษาอิทธิพลของทุนทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมบริการ (Service Innovation behavior) ในหัวข้อนี้ Kim, Karatepe, & Lee (2018) พบรูปแบบอิทธิพลนี้ ($\beta = .47, p < .001$) ในกลุ่มพนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมห้าดาว จำนวน 314 คน จาก 15 โรงแรมในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ และ Schuckert, Kim, Paek, & Lee (2018) พบรูปแบบอิทธิพลนี้ ($\beta = .28, p < .001$) ในกลุ่มพนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมห้าดาว จำนวน 336 คน จาก 15 โรงแรมในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ สำหรับการศึกษานี้ศึกษาอิทธิพลของทุนทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความสามารถในการแก้ปัญหาจากความผิดพลาดที่เกิดจากการให้บริการ (Service Recovery Performance) Kim, Karatepe, Lee, Lee, Hur, & Xijing (2017)

พบรูปแบบอิทธิพลนี้ ($\beta = .35, p < .001$) ในกลุ่มพนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมห้าดาวจำนวน 288 คน จาก 10 โรงแรมในกลุ่มโซล ประเทศเกาหลีใต้

สำหรับการศึกษากลุ่มตัวอย่างพนักงานโรงแรมระดับปฏิบัติการซึ่งปฏิบัติงานในตำแหน่งงานที่ต้องพบปะและให้บริการลูกค้าที่ปฏิบัติงานในโรงแรมระดับ 3 ดาวในประเทศไทยครั้งนี้ จะศึกษาด้วยว่าทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมอย่างไร **จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานข้อที่ 3 ของงานวิจัยว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมทั้งห้าด้านหรือด้านใดด้านหนึ่ง**

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมการให้บริการ

เมื่อได้ผลการศึกษาจากงานวิจัยระยะที่ 1 แล้วว่าบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก และพฤติกรรมการให้บริการมีความสัมพันธ์กันอย่างไร อีกทั้งจริงหรือไม่ว่าทุนจิตวิทยาเชิงบวก (PsyCap) มีสภาพเป็นตัวแปรคั่นกลางเช่นเดียวกับคุณลักษณะจากการปรับตัว (CA) ผู้วิจัยจะดำเนินงานวิจัยต่อในระยะที่ 2 เพื่อต่อยอดผลวิจัยในเชิงประยุกต์ในการออกแบบคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม ซึ่งมีรายละเอียดการทบทวนหลักการความรู้เกี่ยวกับการออกแบบคู่มือพัฒนาพฤติกรรม ตลอดจนแนวคิดทฤษฎีที่ต้องนำมาใช้ในการออกแบบคู่มือดังต่อไปนี้

จากข้างต้นที่ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลในหัวข้อเกี่ยวกับจุดกำเนิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทุนจิตวิทยาเชิงบวกไปแล้วนั้น เนื่องจากการวิจัยในระยะที่ 2 เป็นการ ซึ่งผู้พัฒนามีความจำเป็นต้องมีความรู้ที่ใช้เป็นกลไกหลักในการพัฒนา นั่นคือ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ซึ่งเสนอว่า มนุษย์มีความต้องการ 5 ชั้นตามลำดับ ผู้วิจัยจึงขออธิบายเพื่อเป็นประโยชน์ในการใช้คู่มืออย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

5.1 ความหมายของคู่มือ

พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2446, น. 256) ให้ความหมายว่า คู่มือ หมายถึงสมุดหรือหนังสือที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ต้องการรู้ เพื่อใช้ประกอบตำรา เพื่ออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการศึกษาหรือปฏิบัติการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเพื่อแนะนำวิธีใช้อุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

ปฏิฐิระ บุนนาค (2523, น. 23) อธิบายให้ความหมายว่า คู่มือ เป็นตำราหรือบทความทางวิชาการชนิดหนึ่งที่เป็นสื่อแนะนำให้ผู้ที่ต้องการ อ่านแล้วนำไปปฏิบัติได้ทันที คู่มือจะแนะนำเรื่องสั้นๆ ที่ใช้วิชาทางการปฏิบัติเฉพาะอย่างเท่านั้น

ปรีชา ช้างขวัญยืน และคณะ (2539, น. 127-130) ให้ความหมายว่า คู่มือ เป็นหนังสือที่ใช้ควบคู่กับการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นหนังสือที่ให้แนวทางการปฏิบัติแก่ผู้ใช้ให้สามารถกระทำสิ่งต่างๆ นั้นให้บรรลุสำเร็จตามเป้าหมาย

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า คู่มือ หมายถึงสมุดหรือหนังสือที่ให้ความรู้คำแนะนำสั้นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการศึกษาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้กับผู้ที่ต้องการ เมื่ออ่านแล้วสามารถนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติให้สามารถกระทำสิ่งต่างๆ นั้นให้บรรลุตามเป้าหมาย

5.2 แนวทางการเขียนคู่มือ

ปรีชา ช้างขวัญยืน และคณะ (2539, น. 132-134) ได้อธิบายแนวทางการเขียนคู่มือไว้ดังนี้

1. ควรระบุให้ชัดเจนว่าคู่มือชิ้นนั้นเป็นคู่มือสำหรับใคร ใครเป็นผู้ใช้
2. กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าต้องการให้ผู้ใช้ได้อะไรบ้าง
3. ควรมีส่วนนำที่จูงใจผู้ใช้ว่าคู่มือนี้จะช่วยผู้ใช้ได้อย่างไรบ้าง
4. ควรมีส่วนที่ให้หลักการหรือความรู้ที่จำเป็นแก่ผู้ใช้ในการใช้ เพื่อให้การใช้คู่มือเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
5. ควรมีส่วนที่ให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้เกี่ยวกับการเตรียมตัว การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ และสิ่งที่จำเป็นในการดำเนินการตามคู่มือ
6. ควรมีส่วนที่ให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้ เกี่ยวกับขั้นตอนหรือกระบวนการในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้
 - 6.1 เนื้อหาสาระที่ให้ความรู้นั้นมีความถูกต้อง สามารถช่วยให้ผู้ใช้คู่มือทำสิ่งนั้นได้สำเร็จ
 - 6.2 ให้ข้อมูลรายละเอียดที่เพียงพอที่จะช่วยให้ผู้ใช้ทำสิ่งนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และประหยัด
 - 6.3 ขั้นตอนการทำจะต้องเรียงลำดับอย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้ทำสิ่งนั้นๆ ได้สำเร็จ

6.4 ภาษาที่ใช้ต้องสามารถสื่อความหมายให้ผู้เข้าใจตรงกับผู้เขียน ไม่คลุมเครือหรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดพลาด ช่วยให้ผู้ใช้เกิดความเข้าใจได้ง่าย หากสิ่งใดมีความยากและซับซ้อน ควรเขียนให้เข้าใจง่ายโดยใช้เทคนิคอื่น ๆ ประกอบ เช่น ภาพ ตาราง การเปรียบเทียบ อุปมาอุปไมย การยกตัวอย่าง การใช้สีจำแนก เป็นต้น

6.5 ควรให้คำแนะนำและชี้แจงเหตุผลเกี่ยวกับสิ่งที่ควรทำ ไม่ควรทำ เช่น เคล็ดลับหรือเทคนิควิธีการต่างๆที่จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถกระทำการสิ่งนั้นได้ โดยข้อมูลเหล่านี้ควรมาจากความรู้และประสบการณ์ของผู้เขียน ซึ่งจะมีคุณค่าต่อผู้ใช้อย่างมาก

7. ควรมีคำถามหรือกิจกรรมให้ผู้ใช้คู่มือทำ เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในการอ่านหรือการปฏิบัติตามขั้นตอนที่เสนอแนะ และเว้นที่ว่างสำหรับผู้ใช้คู่มือในการเขียนคำตอบ ควรมีคำถามหรือแนวทางในการตอบหรือคำเฉพาะไว้ด้วย และถ้าหากผู้เขียนสามารถคาดคะเนคำตอบของคู่มือได้ก็ควรอธิบายไว้ด้วยว่าคำตอบใดถูก หรือคำตอบใดผิด พร้อมทั้งแสดงเหตุผลประกอบ

8. ควรจัดทำคู่มือให้มีความน่าสนใจ และกำหนดลำดับการนำเสนอเนื้อหาในคู่มือให้เหมาะต่อการใช้งาน เพื่อให้ใช้คู่มือได้สะดวก เช่น การจัดทำรูปเล่ม ขนาดรูปเล่ม การเลือกตัวอักษร ขนาดตัวอักษร การใช้ตัวดำ การใช้สี การใช้ภาพ การตีกรอบ การเน้นข้อความ เป็นต้น

9. การใช้แหล่งอ้างอิงที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้ ซึ่งอาจเป็นบรรณานุกรม รายชื่อชมรม รายชื่อสื่อ รายชื่อสถาบัน รายชื่อบุคคลสำคัญ เป็นต้น

การจัดทำคู่มือนั้น มักพบข้อบกพร่องต่าง ๆ อยู่บ่อยครั้ง ยกตัวอย่างเช่น รายละเอียดเนื้อหาไม่ชัดเจนเพียงพอ คำอธิบายไม่กระจ่าง การใช้คำที่สื่อความหมายไม่ตรงหรือผิด ความหมาย ภาพประกอบไม่ชัดเจน ขนาดเล็กหรือใหญ่เกินไป ภาพประกอบไม่เหมาะสม และเป็นภาพที่สื่อความหมายไม่ตรงกับเนื้อหาสาระ การพิมพ์ที่ใช้อักษรเล็กเกินไป การพิมพ์ที่ผิดพลาด ผู้เขียนหรือผู้จัดทำคู่มือจึงต้องระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดข้อบกพร่องต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น เพื่อมิให้คู่มือขาดความสมบูรณ์ และเพื่อให้คู่มือมีความกระจ่างชัดเจนขึ้น ควรใช้เทคนิคต่างๆต่อไปนี้ให้มากขึ้น เช่น เทคนิคการพิมพ์เน้นคำ หรือข้อความสำคัญ เทคนิคการสรุปเนื้อหาสาระที่เป็นกลอนที่จำง่าย เทคนิคการใช้ภาพการ์ตูนประกอบ เทคนิคการใช้สี เทคนิคการจัดหน้าคู่มือ และเทคนิคการจัดภาพ เป็นต้น

5.3 การประเมินคู่มือ

5.3.1 การประเมิน การประเมินผลเป็นขั้นตอนการทำงานที่สำคัญซึ่งเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาทั้งในชีวิตประจำวันและในการประกอบกรงานทุกสาขาอาชีพ การประเมินผลจะ

เกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี อย่างแรกเมื่อมีทางเลือกจำนวนมากให้พิจารณาตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีและเหมาะสมสูงสุด อีกกรณีแม้ไม่มีทางเลือกแล้วก็ตาม การประเมินผลจะมีขึ้นเพื่อตรวจสอบและค้นหาข้อบกพร่องที่อาจจะยังหลงเหลืออยู่ในงานนั้นๆ สำหรับการปรับปรุงแก้ไขในกระบวนการออกแบบตั้งแต่ระยะต้นของการทำงานจะมีการกำหนดจุดมุ่งหมาย เมื่อมาถึงขั้นตอนการสังเคราะห์เพื่อหาวิธีการแก้ปัญหาจึงจำเป็นต้องมีการประเมินผล เพื่อเปรียบเทียบทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ว่างานออกแบบนั้นมาได้ไปได้ไกลมากและได้ดีเพียงใดจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ การประเมินผลจึงเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นได้หลายครั้งในระหว่างการทำงานออกแบบตั้งแต่ก่อนการลงมือทำแบบรายละเอียด เมื่อได้คิดค้นสร้างสรรค์โดยการเสนอแนะทางเลือกเพื่อแก้ไขปัญหาที่หลากหลายวิธีและรูปแบบ จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการเพื่อเลือกเฟ้น แยกแยะผลงานที่มีคุณภาพและเหมาะสมกว่า สำหรับการดำเนินไปพัฒนาให้เกิดความสมบูรณ์ครบถ้วนดียิ่งขึ้น การประเมินผลจะเกิดขึ้นอีกครั้ง ก่อนเริ่มกระบวนการผลิต ภายหลังเสร็จสิ้นการพัฒนาแบบจนสมบูรณ์แล้วก่อนการผลิต ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ต้องลงทุนและเสียค่าใช้จ่ายสูง ผลงานการออกแบบจึงควรผ่านการประเมินผล เพื่อพิจารณาตรวจสอบอย่างละเอียดจนกว่าความเชื่อมั่นว่าปัญหาและอุปสรรคทั้งหลายได้รับการแก้ไขอย่างเรียบร้อย และเมื่อได้ผลผลิตออกมาแล้วก็ตาม ก่อนการจัดจำหน่ายก่อนถึงมือผู้บริโภค ผลงานการออกแบบก็ยังคงต้องผ่านการประเมินผลเป็นครั้งสุดท้าย เพื่อพิจารณาหาข้อบกพร่องที่ยังหลงเหลืออยู่และอาจก่อให้เกิดข้อเสียหายแก่ผู้เกี่ยวข้อง การประเมินผลเป็นขั้นตอนที่มีความจำเป็น เพราะแม้ว่าจะได้รับการออกแบบอย่างเป็นระบบถูกต้องตามขั้นตอนแล้วก็ตาม ผลงานที่เกิดขึ้นนั้น ก็ไม่ใช่ว่าจะจะเป็นผลผลิตที่ดีได้ทันทีโดยอัตโนมัติ การประเมินผลเป็นขั้นตอนที่สามารถลดความเสี่ยงต่อความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ผลงานนั้นยังไม่อยู่ในระยะที่สามารถแก้ไขได้โดยง่าย ประหยัดและทำให้เกิดผลเสียน้อยที่สุด จนแม้เมื่อผ่านการจำหน่ายไปจนครบวงจรชีวิตของงานออกแบบแล้ว ก่อนการเริ่มต้นออกแบบการพัฒนา งานออกแบบชิ้นใหม่ การประเมินผลผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการให้งานไปแล้วก็ยังคงมีขึ้น เพื่อประมวลสรุปเป็นข้อมูลเพื่อพัฒนางานต่อ ๆ ไปในอนาคต (นวนน้อย บุญวงษ์, 2542, น. 189-191)

5.3.2 ผู้ประเมิน

ผู้ประเมินเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด ผู้ประเมินทำการตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานจากความรู้และประสบการณ์ที่ได้สะสมมาเพื่อใช้เปรียบเทียบทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ ความแน่นอนเที่ยงตรงและความสม่ำเสมอในการพิจารณามักเป็นปัญหาสำคัญของผู้ประเมินนอกเหนือจากปัญหาด้านความแม่นยำ นอกจากนี้ผลการประเมินยังได้รับอิทธิพลที่มาจากลักษณะทางด้านบุคลิกภาพ ความเชื่อ การใช้ความคิดและวิจารณญาณในการตัดสินใจของผู้

ประเมิน จากบทบาทที่สำคัญดังกล่าวจึงได้มีการศึกษาและจำแนกประเภทของผู้ประเมินตามหลักเกณฑ์แตกต่างกันเป็น 2 ลักษณะ

1 จำแนกตามความรู้เฉพาะของผู้ประเมิน

ในงานออกแบบจะประกอบด้วยขั้นตอนการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย และเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการผลิตได้เป็นสินค้าแล้ว ผลผลิตนั้นจะถูกเผยแพร่ต่อไปยังผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ดังนั้นการประเมินผลงานออกแบบจึงเป็นไปได้อย่างสมบูรณ์ ผู้ประเมินจึงควรประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะที่แตกต่างกันไปเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1.1 ผู้เชี่ยวชาญ (Expert) คือ ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะซึ่งได้รับมาจากการปฏิบัติงานเป็นเวลานาน การพิจารณาตัดสินของผู้เชี่ยวชาญจึงมีพื้นฐานจากความรู้เฉพาะตามสาขาวิชาชีพ ผู้ประเมินกลุ่มนี้ ได้แก่ นักออกแบบ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบประเภทนั้นๆ ผู้เชี่ยวชาญจะมีบทบาทสำคัญในการนำความรู้เฉพาะมาใช้พิจารณาแยกแยะให้เป็นความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลกระทบต่องานออกแบบ โดยเฉพาะเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาทางเทคนิค ผู้เชี่ยวชาญจะสามารถนำความรู้เฉพาะทางมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี

1.2 คนทั่วไป (Layman) สำหรับการประเมินผลงานออกแบบ จำเป็นต้องประกอบด้วยคนทั่วไปซึ่งเกี่ยวข้องในฐานะเป็นผู้ใช้งาน ผู้ประเมินกลุ่มนี้จะพิจารณาตามความรู้สึกนึกคิดและประสบการณ์จากการที่ได้รับจากการใช้สอยงานออกแบบ จึงเป็นการประเมินจากมุมมองที่อยู่ตรงข้ามกับผู้ออกแบบหรือผู้ผลิต ซึ่งช่วยให้เกิดความสมบูรณ์แก่งานได้ทางหนึ่ง แม้วิธีการพิจารณาในบางครั้งจะมาจากความรู้สึกและรสนิยมส่วนบุคคลที่จากหลักเกณฑ์และเหตุผล แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่ช่วยบ่งชี้ความต้องการจากฝ่ายผู้ใช้งานได้เช่นกัน

2. การจำแนกจำนวนของผู้ประเมินแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ผู้ประเมินคนเดียว (A single Person) เป็นวิธีประเมินผลอย่างเด็ดขาดโดยผู้ประเมินเพียงคนเดียวทำการพิจารณาและตัดสินชี้ขาด ดังนั้นผู้ประเมินนอกจากจะมีความรู้ความชำนาญเฉพาะแล้วยังมักเป็นผู้ที่มีอำนาจในการพิจารณา การประเมินผลโดยคนเดียวนี้ช่วยให้สามารถทำการตัดสินได้ตรงตามความมุ่งหมายหรือเงื่อนไขที่กำหนดขึ้น และเป็นวิธีการที่สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วแต่ผลการตัดสินซึ่งมีลักษณะเด็ดขาดความรอบคอบที่ถ่วงบ้าง

2.2 ผู้ประเมินเป็นกลุ่ม (A Group) โดยทั่วไปการประเมินผลงาน ออกแบบมักมีผลงานเป็นกลุ่มหรืออยู่ในรูปคณะกรรมการตรวจและตัดสิน โดยรวบรวมบุคคล หลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน การพิจารณาตัดสินจึงเกิดจากการที่ผู้ประเมินแต่ละคนได้ ตรวจสอบในด้านต่างๆ ตามความถนัดของตน และมีความเห็นพ้องร่วมกันเป็นเอกฉันท์ การ ประเมินโดยกลุ่มเป็นงานที่มีขั้นตอนมากกว่า ใช้เวลาและบางครั้งมีความยุ่งยากในการจัดการ มากกว่า แต่ก็ได้ผลการประเมินที่มีคุณภาพ ถูกต้อง และรอบคอบดีกว่า

การประเมินคุณภาพของคู่มือนั้น ในการประเมินศาสตร์ที่มีลักษณะเป็น สังคมศาสตร์ มักจะนิยมให้ใช้การประเมินผลแบบการกำหนดประเมินค่า คือ การประเมินแบบ มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดน้ำหนักคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีการของ ลิคอร์ท (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 114) สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ ดังนี้

5	หมายถึง	ผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก
4	หมายถึง	ผลการประเมินอยู่ในระดับดี
3	หมายถึง	ผลการประเมินอยู่ในระดับพอใช้
2	หมายถึง	ผลการประเมินอยู่ในระดับควรปรับปรุง
1	หมายถึง	ผลการประเมินอยู่ในระดับใช้ไม่ได้

จากการศึกษาแนวทางในตอนต้นพอสรุปได้ว่า การประเมินผลจะมีขึ้นเพื่อ ตรวจสอบข้อบกพร่องที่ยังหลงเหลืออยู่เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขคู่มือ การดำเนินกิจกรรม และการ ประเมินผล โดยผู้วิจัยได้ใช้ผู้ประเมินเป็นกลุ่มจำแนกความรู้เฉพาะของผู้ประเมิน คือ ผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ที่เป็นผู้มีความรู้ความชำนาญในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การพิจารณาตัดสินของผู้เชี่ยวชาญ จึงมีความรู้พื้นฐานจากสาขาวิชาชีพ โดยผู้เชี่ยวชาญกลุ่มนี้ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญที่เป็น หัวหน้าการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงแรม ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างคู่มือ และผู้เชี่ยวชาญด้าน จิตวิทยาของตัวแปรที่ทำการศึกษา โดยผู้วิจัยจะทำการประเมินประสิทธิภาพของคู่มือการพัฒนา พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) ด้านรูปแบบ 2) ด้านเนื้อหา ลักษณะการประเมิน เป็นการประเมินมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิคอร์ท เนื่องจากในการประเมินแต่ละครั้ง นั้น ผลที่ได้มักแตกต่างกันไปตามองค์ประกอบในการประเมิน เช่น จุดมุ่งหมาย ลักษณะ ผลงาน เกณฑ์ในการประเมินผล วิธีการวัดและประเมินผล เป็นต้น วิธีการวัดประเมินเหล่านี้มี จุดมุ่งหมายเพื่อคัดเลือกบุคลากร การพัฒนาพฤติกรรมตามมาตรฐานบังคับในระดับหนึ่ง

นอกจากนั้นแล้ว หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินก็มีส่วนสำคัญในการแบ่งแยกระดับคุณภาพ เช่นเดียวกัน หากกลุ่มผู้ประเมินนั้นประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งยังมีความจริงจังในการพิจารณาพฤติกรรมกรให้บริการ ก็จะช่วยให้อผลงานที่ได้รับการประเมินมีคุณภาพและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น อาจกล่าวได้ว่าผลงานที่ผ่านการประเมินแต่ละครั้งจึงมีความแตกต่างกันไปในด้านคุณภาพ แต่มีความน่าเชื่อถือที่สามารถจัดระดับของพฤติกรรมกรให้บริการได้อย่างคงเส้นคงวา

5.4 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

การพัฒนาคนต้องอาศัยแรงจูงใจ คนเราจะไม่เปลี่ยนแปลงตัวเองหากตัวเองไม่ได้ อะไรจากการเปลี่ยนแปลงนั้น และหนึ่งในทฤษฎีแรงจูงใจที่อธิบายถึงการจะทำให้คนเกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางคือ แรงจูงใจเกี่ยวกับความต้องการ 5 ขั้นตามลำดับของ อับราฮัม มาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs)

อับราฮัม มาสโลว์ เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจที่ส่งผลให้มนุษย์เกิดพฤติกรรม ชื่อว่า ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) โดยทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่จัดอยู่ในกลุ่มของทฤษฎีมนุษยนิยม ซึ่งมีพื้นฐานทางความคิดว่า มนุษย์มีความต้องการที่จะเป็นคนดี สามารถพัฒนาได้ โดยมาสโลว์ เสนอว่า มนุษย์มีความต้องการติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด ความต้องการนั้นสามารถจัดลำดับได้ เมื่อความต้องการขั้นนั้นๆ ได้รับการตอบสนอง มนุษย์ก็จะมีความต้องการในขั้นถัดไป โดยแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้นตามลำดับ (Maslow, 1943 อ้างใน Cloninger, 2009, pp. 430-436)

1) ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์มากที่สุด และเห็นได้ชัดเจนที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับความต้องการขั้นอื่นๆ ความต้องการขั้นนี้เป็นความต้องการที่จะดำรงอยู่ของมนุษย์ ซึ่งก็คือปัจจัยพื้นฐานในการมีชีวิตรอดนั่นเอง เช่น ความต้องการอาหาร ที่พักอาศัย ยารักษาโรค น้ำดื่ม ความต้องการทางเพศ ความต้องการการพักผ่อน อากาศเพื่อการหายใจ เป็นต้น

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการในขั้นที่ 1 แล้ว มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นที่ 2 คือ ต้องการที่บุคคลใฝ่หาความมั่นคงในการใช้ชีวิตทั้งในปัจจุบันและอนาคต เช่น การมีงานทำประจำ การอยู่ในสถานการณ์ที่ให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย มั่นคงต่อการใช้ชีวิต อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เคยชินและคาดเดาเหตุการณ์ต่างๆ

ได้ เป็นต้น ปรัชญาและศาสนาที่มนุษย์ยึดถือทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคง เพราะทำให้บุคคลได้จัดระบบของตัวเองให้มีเหตุผลและวิถีทางที่ทำให้รู้สึกปลอดภัย

3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs) ความต้องการขั้นนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการในขั้นที่ 1 และที่ 2 ได้รับการตอบสนองแล้ว ขั้นนี้บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น การต้องการมีเพื่อน มีความสัมพันธ์ในครอบครัว เป็นต้น มาสโลว์อธิบายว่า ความรักไม่ใช่สัญลักษณ์ของเรื่องเพศ ความรักที่แท้จริงจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ดี ความไว้วางใจแก่กัน เป็นต้น

4) ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs) เมื่อแรงผลักดันขั้นที่ 3 ได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจแล้ว ความต้องการนี้จะลดลง มนุษย์ต้องการที่จะได้รับความนับถือ ยกย่อง เป็นลำดับถัดมา โดยความต้องการที่จะได้รับการนับถือยกย่องนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ เป็นความต้องการนับถือตนเอง (Self-respect) เช่น มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสามารถในตนเอง มีผลสัมฤทธิ์ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น เป็นต้น ส่วนความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem from others) เช่น ความต้องการมีเกียรติยศ ผู้อื่นยกย่องและให้การยอมรับ ได้รับความสนใจ มีชื่อเสียง เป็นต้น

5) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization needs) เป็นความต้องการขั้นสุดท้ายที่มนุษย์พึงปรารถนา ซึ่งเป็นความต้องการที่จะเข้าใจและรู้จักตนเองอย่างแท้จริง บุคคลที่มีความต้องการอยู่ในขั้นนี้มีความพร้อมที่จะปรับปรุงพัฒนาตนเองเพื่อจะบรรลุถึงจุดสูงสุดของศักยภาพ พลังแรงขับของบุคคลกลุ่มนี้จะกระทำพฤติกรรมตรงกับความสามารถของตน ผู้ที่ได้รับการตอบสนองในความต้องการขั้นนี้จะมีความสุขและสงบ

ผู้วิจัยจะใช้ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ของมาสโลว์นี้มาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบเทคนิคสร้างแรงจูงใจให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาพฤติกรรมทำให้บริการของตนเอง

กรอบแนวคิดในการวิจัยระยะที่ 1

จากการศึกษา ทำความเข้าใจทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก หากพิจารณาทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จะพบว่าส่วนประกอบที่สำคัญซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรม ประกอบด้วย 2 ส่วนที่เป็นศูนย์กลาง คือ 1) พื้นนิสัย (Basic tendencies) และ 2) คุณลักษณะจากการปรับตัว (Characteristic adaptation:CA) โดยพื้นนิสัยก่อให้เกิด

ลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพ (Personality traits) 5 ด้าน คือ ด้านหวั่นไหว ด้านการแสดงตัว ด้านการเปิดรับประสบการณ์ ด้านอ่อนโยน และด้านการมีสติรู้ผิดชอบ พื้นนิสัยเป็นส่วนประกอบที่พัฒนาขึ้นมาตลอดช่วงวัยเด็กและเจริญเต็มที่ในวัยผู้ใหญ่ หลังจากนั้นจะคงที่ ส่วนคุณลักษณะจากการปรับตัว เกิดจากปฏิสัมพันธ์ของพื้นนิสัยกับอิทธิพลภายนอก เป็นส่วนที่สะท้อนให้เห็นถึงปฏิบัติการของลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพที่ถูกดัดแปลงเพื่อตอบสนองต่อข้อเรียกร้องและสถานการณ์ที่เกิดจากสิ่งแวดล้อม นั่นก็คือ **พฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็น** คุณลักษณะจากการปรับตัวจึงเป็นส่วนที่เปลี่ยนแปลงได้ ทักษะที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้งหมดเป็นคุณลักษณะจากการปรับตัวทั้งสิ้น ยกตัวอย่างเช่น ความสนใจในเรื่องต่างๆทัศนคติ ความเชื่อ ความปรารถนา เป็นต้น และสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามสภาวะแวดล้อม ดังเช่น Terry & Winston (2010) จากมหาวิทยาลัย Howard University ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นหลายสัญชาติกว่า 66 คนทั้งคนผิวดำและผิวขาว พบว่ากระบวนการสร้างอัตมโนทัศน์ต่อตนเองมีแนวโน้มเกิดขึ้นจากคุณลักษณะการปรับตัว (CA) และยังมีลักษณะปรับเปลี่ยนไปได้ตามยุคสมัย พื้นที่ และบทบาทของคนๆนั้น แต่การปรับตัวของแต่ละบุคคลนั้นอาจจะไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับพื้นนิสัยเดิมของบุคคลคนนั้น ยกตัวอย่างเช่น มาลีเป็นพนักงานโรงแรมที่มีลักษณะทางบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (พื้นนิสัย) อาจพัฒนาวิธีในการจัดการกับปัญหา (คุณลักษณะจากการปรับตัว) ที่ช่วยให้เธอจัดการกับสถานการณ์ขณะให้บริการลูกค้าที่เต็มไปด้วยความเครียดได้ และยังทำให้เธอสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าของโรงแรมที่มีความหลากหลายได้อีกด้วย (ชีวประวัติเชิงปรนัย) แต่แม้กระนั้น มาลียังคงเป็นคนที่มีลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว และยังคงมีอาการอ่อนไหวง่ายกว่าคนอื่นๆ ไป

เมื่อพิจารณาในประเด็นจิตวิทยาเชิงบวก จะพบว่าทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกเป็นสภาวะของการพัฒนาจิตใจเชิงบวกของบุคคลที่มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ (Luthans et al, 2007, p. 3) คือ 1) มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ที่จะใช้ความพยายามเพื่อประสบความสำเร็จในงานที่ทำ 2) มีการให้เหตุผลเชิงบวก (Optimism) เกี่ยวกับความสำเร็จในปัจจุบันและอนาคต 3) มีความเพียรพยายามเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย และถ้ามีความจำเป็น ก็สามารถเปลี่ยนแปลงวิธีการไปสู่เป้าหมายได้ (Hope) และ 4) เมื่อเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคที่มารุมเร้าก็สามารถคืนกลับสู่สภาวะปกติ หรือแม้แต่ก้าวข้ามปัญหาและอุปสรรคนั้นไปได้ (Resiliency) โดยลูธานส์และคณะได้สังเคราะห์แนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกมาใช้ในการปรับปรุงการทำงานของบุคลากรในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และพบว่าสมรรถนะทางจิตวิทยาเชิงบวกที่สอดคล้องกับพฤติกรรมองค์กรทางบวกที่สุดประกอบด้วย ความเชื่อในความสามารถของตน การมี

ความหวัง การมองโลกในแง่ดี และความสามารถในการฟื้นคืนภาวะปกติ (Luthans et al, 2007, p. 16) ซึ่งสมรรถนะทั้ง 4 ประการนี้เรียกว่า "ทุนจิตวิทยาเชิงบวก"

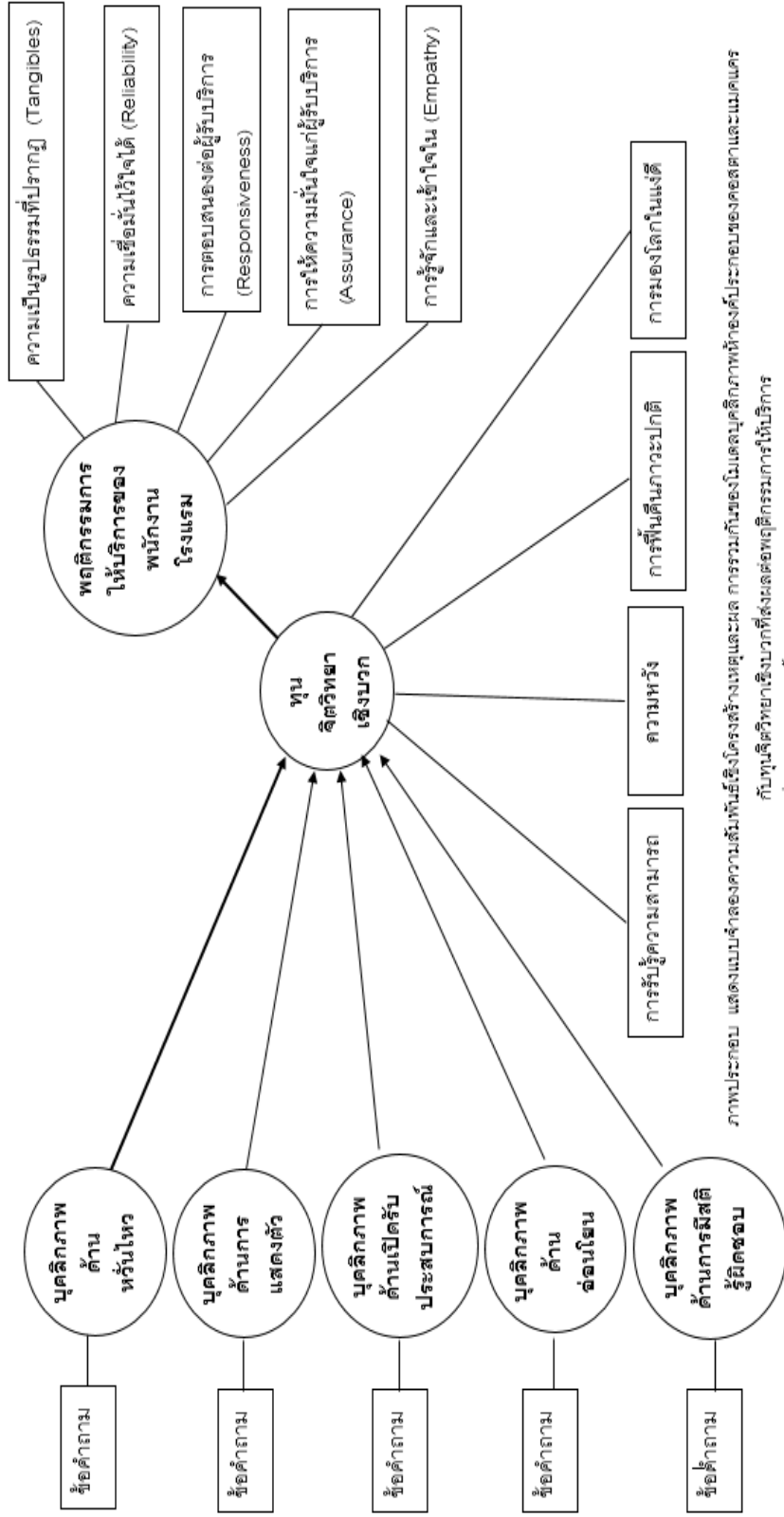
ทุนจิตวิทยาเชิงบวกโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นสภาวะ (State-like) ที่สามารถวัดได้ พัฒนาได้ ซึ่งมีความแตกต่างไปจากลักษณะนิสัย (Trait-like) ที่เป็นลักษณะติดตัวของบุคคลมาตั้งแต่กำเนิด ค่อนข้างมีความคงที่ และพัฒนายาก อย่างไรก็ตาม การมีความหวัง (Hope) เป็นได้ทั้ง Trait และ State เช่นเดียวกันกับการมองโลกในแง่ดี (Optimism) แต่ทั้งการมีความหวังและการมองโลกในแง่ดีต่างก็สามารถพัฒนาได้ (Luthans et al, 2007, p. 17) ดังนั้นทุนจิตวิทยาเชิงบวกจึงเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ พัฒนาได้เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์จากสิ่งแวดล้อมที่บุคคลเผชิญ อย่างเช่น สถานการณ์ของงานบริการที่มีความเครียดความกดดันสูง มีการแข่งขันกันสูงมากขึ้นทั้งในแง่คุณภาพบริการและการเสนอบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า พนักงานผู้ให้บริการในโรงแรมจึงต้องปรับตัวในด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความหวัง เมื่อมีเหตุการณ์ไม่ดีที่เกิดขึ้นจากความไม่พอใจของลูกค้าก็ต้องมีหวังว่าจะผ่านพ้นปัญหาไปได้ มีการมองโลกในแง่ดี โดยมองว่าเหตุการณ์ที่เลวร้ายนั้นเกิดขึ้นเพียงชั่วคราว ซึ่งมีสาเหตุเฉพาะตัวของมัน หรือเป็นเหตุการณ์ที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอกอื่นๆ รวมทั้งมีความยืดหยุ่นทนทานต่อการเกิดภาวะวิกฤติจากการทำงาน (Luthans et al, 2007, p. 8) เมื่อพิจารณาดูแล้วจะเห็นว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวก

มีคุณสมบัติเปลี่ยนแปลงได้ เรียนรู้ได้ และพัฒนาได้ ซึ่งเป็นผลมาจากการได้รับอิทธิพลจากภายนอก อีกทั้งส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงาน จึงมีลักษณะเช่นเดียวกับอัตมโนทัศน์ แรงขับส่วนบุคคล หรือทัศนคติ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของคุณลักษณะจากการปรับตัว (Characteristic Adaptation : CA) ในทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Five Factors Theory : FFT) นั่นเอง จึงสามารถตีความผ่านงานวิจัยครั้งนี้ได้ว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกไม่เพียงแต่จะส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมกรให้บริการเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและพฤติกรรมกรให้บริการไม่ต่างจากคุณลักษณะจากการปรับตัวหรือ CA การศึกษาในระยะที่ 1 ของงานวิจัยครั้งนี้ นอกจากจะตั้งสมมติฐานข้อที่ 1 ว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมโดยผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก แล้ว ยังตั้งสมมติฐานอีก 2 ข้อคือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก และ ทุนจิตวิทยาเชิงบวกส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมทั้งห้าด้านหรือด้านใดด้านหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อเป็นการยืนยันว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางโดยสมบูรณระหว่างบุคลิกภาพห้า

องค์ประกอบและพฤติกรรมกรให้บริการจริงตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงเป็นแผนภาพเชิงบูรณาการดังภาพประกอบที่ 5 ต่อไปนี้



กรอบแนวคิดการวิจัยระยะที่ 1



ภาพประกอบ แสดงแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างและผล การรวมกันของโมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคแดร์ กับทุนจิตวิथाเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการ
ที่มา: ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากทฤษฎีบูรณาการระหว่าง 2 แนวคิด

ภาพประกอบ 5 แสดงแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างและผลการรวมกันของโมเดลบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคแดร์กับทุนจิตวิथाเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการ

ที่มา: ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการบูรณาการระหว่าง 2 แนวคิด

สมมติฐานที่ 1 : บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมโดยผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

สมมติฐานที่ 2 : บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลกระทบต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก

สมมติฐานที่ 3 : ทุนจิตวิทยาเชิงบวกส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมทั้งห้าด้านหรือด้านใดด้านหนึ่ง



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็น 2 ระยะ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการวิจัยระยะที่ 1 ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเหตุและผลของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการผ่านทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก หลังจากที่ได้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม จึงนำผลดังกล่าวไปใช้ในการวิจัยระยะที่ 2 คือสร้างคู่มือพัฒนาพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม

วิธีการดำเนินการวิจัยระยะที่ 1

การวิจัยระยะที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเหตุและผลของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่มีผลต่อพฤติกรรมการให้บริการ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

พนักงานโรงแรมระดับปฏิบัติการ ซึ่งปฏิบัติงานในตำแหน่งงานที่ต้องพบปะและให้บริการลูกค้า ที่ปฏิบัติงานในโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของสมาคมโรงแรมไทย ปี 2559 - 2560 จำนวน 219 โรงแรม

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

พนักงานโรงแรมระดับปฏิบัติการที่ปฏิบัติงานในโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของสมาคมโรงแรมไทย ปี 2559 – 2560 โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณจากข้อเสนอของไคลน์ (Kline. 2005) ที่เสนอให้กลุ่มตัวอย่างควรมีขนาด 10-20 คน ต่อหนึ่งตัวแปรสังเกต โดยในโมเดลสมการโครงสร้างของผู้วิจัยมี

จำนวนตัวแปรสังเกตทั้งหมด 14 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงควรมีขนาด 140-280 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 20 คน จึงควรมีกกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 280 คน ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) ประกอบด้วย

1. ใช้การสุ่มอย่างง่ายในการเลือกโรงแรมที่จะเก็บข้อมูลและได้รับความยินยอมเก็บข้อมูล จำนวน 31 โรงแรม

2. ใช้การสุ่มอย่างง่ายในการเลือกพนักงานในโรงแรมที่เก็บข้อมูล โดยมีหัวหน้างานของพนักงานที่ถูกสุ่มเป็นผู้ประเมินพฤติกรรมกรให้บริการ โดยพนักงานที่มีลักษณะงานตามที่กำหนดไว้ คือ ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่ต้องพบปะและให้บริการลูกค้า ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีข้อมูลสมบูรณ์และมีลักษณะงานตามที่กำหนดไว้ คือ 350 คน โดยมาจากวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 177 คน คิดเป็นร้อยละ 50.57 และ จากวิธีออนไลน์จำนวน 173 คน โดยแบ่งประเภทจากการเก็บข้อมูลได้ตามรายละเอียดในตารางที่ 3

ตาราง 3 สรุปจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากวิธีการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
แบบสอบถาม	177	50.57
ออนไลน์	173	49.43

2. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

รายละเอียดขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือแต่ละตัวแปร ดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และกำหนดนิยามปฏิบัติการของตัวแปรให้มีความชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดข้อคำถามในเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ เครื่องมือวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ผู้วิจัยใช้แบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของกัณฐิกา บรรลือ (2553) ที่สร้างขึ้นตามแนวคิด Big Five Inventory ของ Bennett และ John มีข้อคำถามทั้งสิ้นจำนวน 60 ข้อ

ขั้นตอนที่ 3 ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือวัดทั้งสามฉบับ โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบวัด พร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับหัวข้อวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย นิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปร ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

ความชัดเจนของข้อคำถาม ความถูกต้องทางภาษา และความครอบคลุมทางเนื้อหา เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตัดสินว่า ข้อคำถามสอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการหรือไม่ แล้วจึงนำคะแนนการตัดสินความสอดคล้องไปคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยบุคลิกลักษณะด้านห้วนไหว มีค่า IOC อยู่ที่ 1 ทุกข้อ ในบุคลิกลักษณะด้านเปิดตัวเปิดตัวมีค่า IOC อยู่ที่ 1 ทุกข้อ บุคลิกลักษณะด้านเปิดรับประสบการณ์ มีค่า IOC อยู่ระหว่าง .67 – 1 บุคลิกลักษณะด้านความเป็นมิตร มีค่า IOC อยู่ระหว่างที่ .67 - 1 และด้านบุคลิกลักษณะด้านการมีสติรู้ผิดชอบ มีค่า IOC อยู่ระหว่าง .67 – 1

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยนำแบบวัดไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริการในโรงแรม ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 120 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Corrected Item total Correlation) โดยข้อคำถามที่ใช้จะต้องมีค่าอำนาจจำแนกมากกว่า 0.20 ขึ้นไป และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งแบบวัดบุคลิกลักษณะห้าองค์ประกอบมีข้อคำถามที่ใช้ได้ 53 ข้อ ประกอบด้วยบุคลิกลักษณะด้านห้วนไหว 11 ข้อ ด้านแสดงตัว 9 ข้อ ด้านเปิดรับประสบการณ์ 9 ข้อ ด้านอ่อนโยน 9 ข้อ และด้านมีสติรู้ผิดชอบ 15 ข้อ มีความเชื่อมั่นรายด้านเท่ากับ .715 .676 .745 .756 และ .818 ตามลำดับ

ตัวอย่างแบบวัดบุคลิกลักษณะห้าองค์ประกอบ

ตาราง 4 ตัวอย่างข้อคำถามแบบวัดบุคลิกลักษณะห้าองค์ประกอบ

คำชี้แจงในการทำแบบวัด: ลักษณะต่อไปนี้เป็นตรงกับตัวท่านใช้หรือไม่มากน้อยเพียงใด ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ข้อ	ลักษณะ	ไม่ใช้ที่สุด	ไม่ใช้	ไม่ใช้และใช้พอๆ กัน	ใช้	ใช้ที่สุด
0	1.ด้านห้วนไหว รู้สึกหดหู่บ่อย ๆ					
0	2.ด้านการแสดงตัว มีทักษะในการจัดการกับ ผู้คนรอบ ๆ ตัว					

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะ	ไม่ใช้ที่สุด	ไม่ใช้	ไม่ใช้และใช้ พอ ๆ กัน	ใช้	ใช้ที่สุด
3.ด้านเปิดรับ ประสบการณ์ 0 สามารถบรรยายถึง สิ่งต่าง ๆ ให้สวยงาม ได้					
4.ด้านอ่อนโยน 0 เห็นอกเห็นใจผู้อื่น					
5.ด้านการมีสติรู้ผิด ชอบ 0 ทำทุกอย่างตามที่ได้ วางแผนไว้					

เกณฑ์การให้คะแนน

กรณีข้อความทางบวก

ใช้ที่สุด	ให้ 5 คะแนน
ใช้	ให้ 4 คะแนน
ไม่ใช้และใช้พอ ๆ กัน	ให้ 3 คะแนน
ไม่ใช้	ให้ 2 คะแนน
ไม่ใช้ที่สุด	ให้ 1 คะแนน

กรณีที่เป็นข้อความทางลบ เกณฑ์การให้คะแนนจะกลับกัน

เกณฑ์การประเมินผล

- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-2.5 แสดงว่ามีบุคลิกภาพด้านนั้นต่ำ
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.6-3.5 แสดงว่ามีบุคลิกภาพด้านนั้นปานกลาง
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.6 ขึ้นไป แสดงว่ามีบุคลิกภาพด้านนั้นสูง

การแปลความหมาย

ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านใด แสดงว่า เป็นคนที่มีบุคลิกภาพด้านนั้น

2. ทฤษฎีวิทยาเชิงบวก

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร ทฤษฎีวิทยาเชิงบวก และกำหนดนิยามปฏิบัติการของตัวแปรให้มีความชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดข้อคำถามในเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ เครื่องมือวัดทฤษฎีวิทยาเชิงบวก ผู้วิจัยใช้แบบวัดของ ลูธานส์ (Luthans, 2007, pp. 237-238) ที่เรียกว่า Psychological Capital Questionnaire: PCQ ซึ่งแปลโดยก่อเกียรติ มหาธีรชาติกุล (2561) จำนวน 24 ข้อ เพื่อให้แน่ใจว่าข้อคำถามในแบบวัดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำไปวัดในกลุ่มตัวอย่าง จึงได้นำเครื่องมือวัดไปทดลองใช้ด้วยการสัมภาษณ์เชิงปัญญา (Cognitive Interview) ในกลุ่มอาชีพเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วปรับข้อคำถามให้มีความเหมาะสม

ขั้นตอนที่ 3 ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือวัดทั้งสามฉบับ โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบวัด พร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับหัวข้อวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย นิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปร ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความชัดเจนของข้อคำถาม ความถูกต้องทางภาษา และความครอบคลุมทางเนื้อหา เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตัดสินว่า ข้อคำถามสอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการหรือไม่ แล้วจึงนำคะแนนการตัดสินความสอดคล้องไปคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยทฤษฎีวิทยาเชิงบวกด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีค่า IOC อยู่ที่ 1 ทุกข้อ ในด้านความหวัง มีค่า IOC อยู่ที่ 1 ทุกข้อ ด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ มีค่า IOC อยู่ที่ 1 ทุกข้อ และ ด้านการมองโลกในแง่ดี มีค่า IOC อยู่ที่ 1 ทุกข้อ

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยนำแบบวัดไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริการในโรงแรม ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 120 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Corrected Item total Correlation) โดยข้อคำถามที่ใช้จะต้องมีค่าอำนาจจำแนกมากกว่า 0.20 ขึ้นไป และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่ง แบบวัดทฤษฎีวิทยาเชิงบวกมีข้อคำถามที่ใช้ได้ 21 ข้อ ประกอบด้ว การรับรู้ความสามารถ 6 ข้อ ด้านความหวัง 6 ข้อ ด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ 5

ข้อ และด้านการมองโลกในแง่ดี 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นรายด้านเท่ากับ .864 .888 .865 และ .737 ตามลำดับ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .943

ตัวอย่างแบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก

ตาราง 5 ตัวอย่างข้อคำถามแบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก

คำชี้แจงในการทำแบบวัด: ลักษณะต่อไปนีตรงกับตัวท่านใช้หรือไม่มากน้อยเพียงใด ให้ทำเครื่องหมาย ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ข้อ	ลักษณะ	ไม่ใช่มากที่สุด	ไม่ใช่	ค่อนข้างไม่ใช่	ค่อนข้างใช่	ใช่	ใช้มากที่สุด
0	1.ด้านการรับรู้ความสามารถ มั่นใจในการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาที่ยืดเยื้อได้						
0	2.ด้านความหวัง เมื่อพบเรื่องยุ่งยากในที่ทำงาน สามารถคิดหาวิธีแก้ปัญหาได้หลายวิธี						
0	3.ด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ สามารถจัดการความยุ่งยากต่าง ๆ ในที่ทำงานได้ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง						
0	4.ด้านการมองโลกในแง่ดี แม้ในเวลาที่ยากลำบากกว่าผลของงานจะออกมาในลักษณะไหนก็ยังคงคาดหวังว่างานจะออกมาดีที่สุดเสมอ						

เกณฑ์การให้คะแนน

กรณีข้อความทางบวก

ใช้มากที่สุด	ให้ 6 คะแนน
ใช้	ให้ 5 คะแนน
ค่อนข้าง	ให้ 4 คะแนน
ค่อนข้างไม่ใช้	ให้ 3 คะแนน
ไม่ใช้	ให้ 2 คะแนน
ไม่ใช้มากที่สุด	ให้ 1 คะแนน

กรณีที่ข้อความทางลบ เกณฑ์การให้คะแนนจะกลับกัน

เกณฑ์การประเมินผล

ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1-2.99 แสดงว่ามีทุนจิตวิทยาเชิงบวกต่ำ

ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.0-3.99 แสดงว่ามีทุนจิตวิทยาเชิงบวก

ปานกลาง

ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.0 ขึ้นไป แสดงว่ามีทุนจิตวิทยาเชิงบวกสูง

3.ตัวแปรพฤติกรรมกรการให้บริการ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก และพฤติกรรมกรการให้บริการของพนักงาน และกำหนดนิยามปฏิบัติการของตัวแปรให้มีความชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดข้อคำถามในเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ เครื่องมือวัดพฤติกรรมกรการให้บริการของพนักงาน ผู้วิจัยใช้เครื่องมือวัดของ พัชรีย์ ชูสมบัติ (2554) และนำตัวอย่างข้อคำถามที่แสดงถึงพฤติกรรมกรการให้บริการในแต่ละด้านตามแนวคิดของ พาราสุรามาน (1990) มาปรับปรุงพัฒนาและสร้างข้อคำถามเพิ่มเติมอีก 15 ข้อ รวมเป็น 45 ข้อ

ขั้นตอนที่ 3 ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือวัดทั้งสามฉบับ โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบวัด พร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับหัวข้อวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย นิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปร ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความชัดเจนของข้อคำถาม ความถูกต้องทางภาษา และความครอบคลุมทางเนื้อหา เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตัดสินว่า ข้อคำถามสอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการหรือไม่ แล้วจึงนำคะแนนการตัดสิน

ความสอดคล้องไปค่านวนหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยพฤติกรรมกรให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ มีค่า IOC อยู่ระหว่างที่ .67-1 ด้านความเชื่อมั่นไวใจได้ มีค่า IOC อยู่ที่ 1 ทุกข้อ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีค่า IOC อยู่ระหว่างที่ .67 - 1 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีค่า IOC อยู่ระหว่างที่ .67 - 1 และด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ มีค่า IOC อยู่ที่ 1 ทุกข้อ

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยนำแบบวัดไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริการในโรงแรม ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 120 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Corrected Item total Correlation) โดยข้อคำถามที่ใช้จะต้องมีค่าอำนาจจำแนกมากกว่า 0.20 ขึ้นไป และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งแบบวัดแบบวัดพฤติกรรมกรให้บริการของหัวหน้างานและพนักงานมีข้อคำถามที่ใช้ได้ 44 ข้อเท่ากัน คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ 9 ข้อ ความเชื่อมั่นวางใจได้ 7 ข้อ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 8 ข้อ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ 11 ข้อ การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ 9 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นรายด้าน (สำหรับฉบับของหัวหน้างาน คือ .689 . 915 .897 .919 และ .984 ตามลำดับ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .984) ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน (สำหรับฉบับของพนักงาน คือ .728 .896. 875. 874 และ .641 ตามลำดับ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .976

ตัวอย่างแบบวัด

ตาราง 6 ตัวอย่างข้อคำถามแบบวัดพฤติกรรมการให้บริการ

(สำหรับพนักงานโรงแรม)

คำชี้แจงในการทำแบบประเมิน: พฤติกรรมต่อไปนี้เป็นจริงตรงกับการกระทำของท่านมากน้อยเพียงใด ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ข้อ	พฤติกรรม	ไม่จริงเลย	ไม่จริง	ไม่ค่อยจริง	ค่อนข้างจริง	จริง	จริงที่สุด
0	1.ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้รับบริการให้พร้อมอยู่ตลอดเวลา						
0	2.ความเชื่อมั่นไว้ใจได้ ใส่ใจกับสิ่งที่ได้สัญญาไว้กับผู้รับบริการและติดตามทำงานสำเร็จลุล่วง						
0	3.การตอบสนองต่อผู้รับบริการ พร้อมที่จะให้บริการทันทีที่ผู้รับบริการเข้ามาปรากฏ						
0	4.การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การปฏิบัติงานของพนักงานทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่น						
0	5.การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ ยอมรับว่าผู้รับบริการแต่ละคนมีความต้องการแตกต่างกัน						

(สำหรับหัวหน้างาน)

คำชี้แจงในการทำแบบประเมิน: ให้ท่านระลึกถึงพฤติกรรมของพนักงานที่ท่านกำลังจะประเมิน

(ตามชื่อ-นามสกุลข้างบนนี้) แล้วลงความเห็นของท่านว่า**เป็นจริงตรงกับการกระทำของพนักงานคนนั้นมากน้อยเพียงใด** ให้ทำเครื่องหมาย✓ ในช่องประเมินท้ายข้อความ

ข้อ	พฤติกรรม	ไม่จริงเลย	ไม่จริง	ไม่ค่อยจริง	ค่อนข้างจริง	จริง	จริงที่สุด
0	1.ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้รับบริการให้พร้อมอยู่ตลอดเวลา						
0	2.ความเชื่อมั่นไว้ใจได้ ใส่ใจกับสิ่งที่ได้สัญญาไว้กับผู้รับบริการและติดตามทำจนสำเร็จลุล่วง						
0	3.การตอบสนองต่อผู้รับบริการ พร้อมที่จะให้บริการทันทีที่ผู้รับบริการเข้ามาปรากฏ						
0	4.การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การปฏิบัติงานของพนักงานทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่น						
0	5.การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ ยอมรับว่าผู้รับบริการแต่ละคนมีความต้องการแตกต่างกัน						

โปรดพลิกหน้าถัดไป →

แบบวัดทั้ง 2 ฉบับ มีเกณฑ์การให้คะแนนเหมือนกันคือ

เกณฑ์การให้คะแนน

จริงที่สุด	ให้ 6 คะแนน
จริง	ให้ 5 คะแนน
ค่อนข้างจริง	ให้ 4 คะแนน
ไม่ค่อยจริง	ให้ 3 คะแนน
ไม่จริง	ให้ 2 คะแนน
ไม่จริงเลย	ให้ 1 คะแนน

เกณฑ์การประเมินผล

ตอนวางแผนระเบียบวิธีวิจัยก่อนเก็บข้อมูลจะกำหนดการแปลความหมายไว้ตามเกณฑ์ของแบบพฤติกรรมกรการให้บริการไว้ตามแบบวัดมาตรฐานต้นฉบับ ดังนี้

ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-2.99 แสดงว่ามีพฤติกรรมกรการให้บริการไม่ดี

ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.0-3.99 แสดงว่ามีพฤติกรรมกรการให้บริการ

ปานกลาง

ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.0 ขึ้นไป แสดงว่ามีพฤติกรรมกรการให้บริการที่ดี

แต่เนื่องจากสภาพของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเป็นไปในทิศทางระดับสูงเกือบทุกองค์ประกอบ ทำให้การแปลความหมายต้องปรับวิธีการโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ภายในกลุ่มมากำหนดเพื่อจำแนกกลุ่มสูง กลุ่มต่ำ โดยผู้วิจัยใช้สูตรในการวิเคราะห์เพื่อแปลความหมายคือ $\bar{X} \pm 1$ SD ซึ่งจะได้เกณฑ์ในการแปลผลของตัวแปรพฤติกรรมกรการให้บริการ แต่ละด้านมีดังนี้

1.พฤติกรรมกรการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ

$< \bar{X} + 1$ SD = น้อยกว่า 4.53 เป็นผู้มีพฤติกรรมกรการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏในระดับต่ำ

$> \bar{X} + 1$ SD = มากกว่า 5.43 เป็นผู้มีพฤติกรรมกรการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏในระดับสูง

2.พฤติกรรมกรการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

$< \bar{X} + 1$ SD = น้อยกว่า 4.48 เป็นผู้มีพฤติกรรมกรการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในระดับต่ำ

$> \bar{X} + 1 \text{ SD} =$ มากกว่า 5.44 เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในระดับสูง

3.พฤติกรรมการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้

$< \bar{X} + 1 \text{ SD} =$ น้อยกว่า 4.47 เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ในระดับต่ำ

$> \bar{X} + 1 \text{ SD} =$ มากกว่า 5.41 เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ในระดับสูง

4.พฤติกรรมการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ

$< \bar{X} + 1 \text{ SD} =$ น้อยกว่า 4.45 เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในระดับต่ำ

$> \bar{X} + 1 \text{ SD} =$ มากกว่า 5.39 เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในระดับสูง

5.พฤติกรรมการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

$< \bar{X} + 1 \text{ SD} =$ น้อยกว่า 4.47 เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการในระดับต่ำ

$> \bar{X} + 1 \text{ SD} =$ มากกว่า 5.41 เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการในระดับสูง

3. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยระยะที่ 1 ผู้วิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ดำเนินการติดต่อโรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของสมาคมโรงแรมไทย ปี 2559 – 2560 ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย และส่งจดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยโรงแรมที่ตอบรับและอนุญาตให้เข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยได้

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในโรงแรมที่ตอบรับ โดยการส่งแบบสอบถามเป็นไปตามความสะดวกของโรงแรม มีทั้งการเก็บข้อมูลออนไลน์และการเก็บข้อมูลด้วยการส่งแบบถามไปเพื่อให้ทางโรงแรมดำเนินการเก็บข้อมูล ในการเก็บข้อมูลนั้นทำการเก็บข้อมูลเป็นคู่ คือ พนักงานโรงแรมและหัวหน้าพนักงานในสายงานที่พนักงานอยู่ภายใต้ความดูแลของหัวหน้าพนักงานคนดังกล่าว พร้อมทั้งได้แบบใบพิทักษ์สิทธิในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ผู้ตอบแบบ

วัดได้ทราบถึงการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ พร้อมทั้งให้ความร่วมมือและยินยอมตอบวัดด้วยความสมัครใจ

3. หลังจากได้รับข้อมูลแล้ว ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการเป็นคู่ พบว่ามีชุดแบบวัดที่ครบคู่ จำนวน 402 ชุด แล้วจึงดำเนินการตรวจสอบแบบวัดสำหรับพนักงาน ว่ามีการระบุตำแหน่งงานตามที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่ โดยตัดแบบวัดที่เก็บข้อมูลจากตำแหน่งงานที่อยู่นอกเหนือจากตำแหน่งที่ระบุไว้ เหลือแบบวัดที่สมบูรณ์ครบคู่และตรงตามตำแหน่งงานที่ระบุไว้ทั้งหมด 350 ชุด

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยระยะที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเหตุและผลของทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่มีผลต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรม ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ในเรื่องนั้น ๆ การทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ยอมรับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่เก็บมาได้ ตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามทุกฉบับ เพื่อเตรียมนำไปวิเคราะห์ข้อมูล
2. ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด แล้วบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์
3. วิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติ
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยใช้ LISREL 8.72 และวิเคราะห์ค่าอิทธิพล (Effect size) ผู้วิจัยเลือกใช้สูตรในการคำนวณค่าอิทธิพลของ โคเฮน (Cohen. 1977, pp. 18-44) โดยมีสูตรในการคำนวณดังนี้

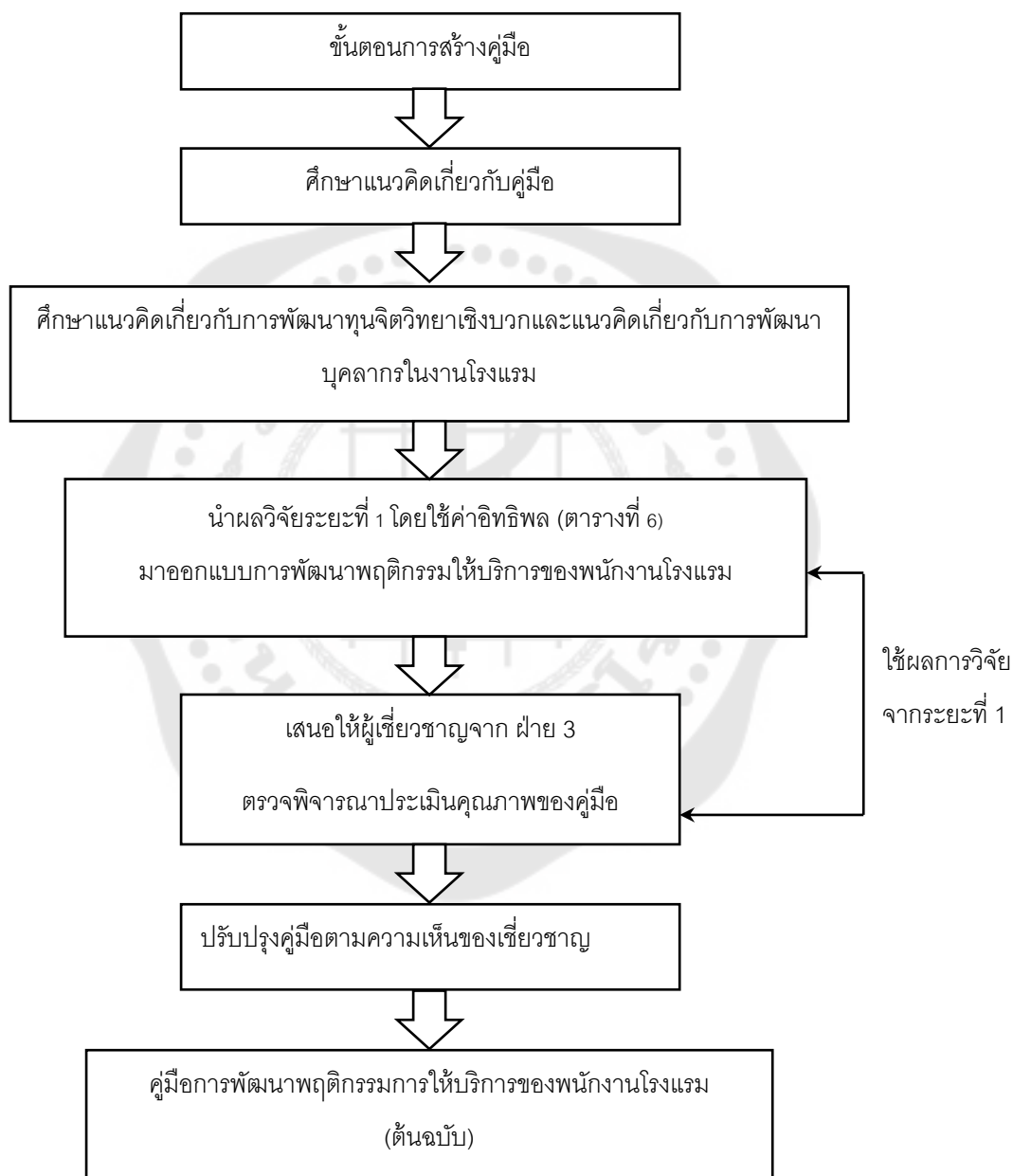
$$d = \frac{Mean_{group1} - Mean_{group2}}{SD_{pooled}}$$

โดย สูตรในการหา SD_{pooled} หาได้โดย

$$SD_{pooled} = \sqrt{(SD_{group1}^2 + SD_{group2}^2)/2}$$

วิธีการดำเนินการวิจัยระยะที่ 2 สร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม

การวิจัยระยะนี้เป็นการออกแบบเพื่อสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังภาพประกอบที่ 9



ภาพประกอบ 6 แสดงขั้นตอนการสร้างคู่มือพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม

จากภาพข้างต้น สามารถอธิบายถึงวิธีการสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกร
ให้บริการของพนักงานโรงแรม ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคู่มือ เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับ ความหมาย แนวทางในการสร้างคู่มือและองค์ประกอบต่างๆ ของคู่มือ ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลคู่มือ

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม เพื่อที่จะทำความเข้าใจแนวทางในการพัฒนาทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกแต่ละตัวและทิศทางของการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรมว่ามีขั้นตอนหรือแนวทางในลักษณะใดบ้าง

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยทำการออกแบบคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมให้บริการของพนักงานโรงแรม ซึ่งใช้ความรู้จากขั้นตอนที่ 1 และ 2 รวมทั้งผลการวิจัยจากระยะที่ 1 มาบูรณาการร่วมกัน

ขั้นตอนที่ 4 เมื่อเสร็จแล้วจึงนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจากทั้ง 3 ฝ่าย คือ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวกับการบริหารบุคคลของโรงแรมระดับ 3 ดาว ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านเนื้อหาทางจิตวิทยาและมีความรู้เกี่ยวกับตัวแปรที่ผู้วิจัยทำการศึกษา และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับการสร้างคู่มือการพัฒนา และมีประสบการณ์ด้านการปฏิบัติจริง

ขั้นตอนที่ 5 ปรับปรุงคู่มือตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ฝ่าย มาปรับปรุงเพื่อให้คู่มือมีคุณภาพในทุกด้านมากขึ้น หลังจากนั้นจึงนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาอีกครั้งหลังจากปรับปรุงแล้ว

ขั้นตอนที่ 6 จากขั้นตอนที่ 1-5 จึงได้คู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม ต้นฉบับ เพื่อให้โรงแรมระดับ 3 ดาวนำไปประยุกต์ใช้ในการคัดสรรและพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมที่มีอยู่เดิม

การตรวจสอบคุณภาพคู่มือ

การประเมินผลคุณภาพคู่มือ ผู้วิจัยใช้วิธีการประเมินคุณภาพคู่มือ โดยมีผู้ประเมินเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจคู่มือการพัฒนา จากบุคคลหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญจากสองภาคส่วนประกอบด้วย 1.ผู้เชี่ยวชาญที่ดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงแรม และ 2.ผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการในการสร้างคู่มือและตัวแปรที่ศึกษา โดยประเมินประสิทธิภาพของคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม มีโครงสร้างการ

ประเมิน 4 ด้าน คือ 1) ด้านอรรถประโยชน์ 2) ด้านความเป็นไปได้ 3) ด้านความเหมาะสม 4) ด้านความถูกต้อง แบบประเมินมีทั้งหมด 16 ข้อ ซึ่งดัดแปลงมาจากแบบประเมินคู่มือของ นกัสนันท์ แจ่มฟูง (2561) เป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ คู่มือฉบับนี้มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยแต่ละด้าน อยู่ระหว่าง 4-5 เกณฑ์ประเมินอยู่ในระดับดี-ดีมาก



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยระยะที่ 1

การวิจัยระยะนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมบริการของพนักงานโรงแรม โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดอักษรย่อในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ ความหมาย

n จำนวนคนในกลุ่ม

Mean ค่าเฉลี่ย

SD ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

SK ความเบ้ (Skewness)

Ku ความโด่ง (Kurtosis)

SE ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)

TE อิทธิพลรวม (Total Effect)

IE อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)

DE อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)

X^2 ค่าสถิติ ไค-สแควร์

p ค่านัยสำคัญทางสถิติ

df องศาอิสระ

RMSEA ดัชนีความกลมกลืนในการประมาณค่าความคลาดเคลื่อนของประชากร (Root Mean Squared Error of Approximation)

CFI	ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
GFI	ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
AGFI	ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
T	ค่าสถิติ t-test independent
d	ค่าอิทธิพล

สำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ผู้วิจัยได้กำหนด
อักษรย่อแทนตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตแต่ละตัวไว้ดังนี้

ตัวแปรแฝง	อักษรย่อ	ตัวแปรสังเกต	อักษรย่อ
พฤติกรรมบริการให้บริการ (พนักงานประเมิน)	EBehSer	ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ	eTang
		การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	eResp
		ความเชื่อมั่นไว้ใจได้	eReli
		การรู้จักและเข้าใจ	eEmpa
พฤติกรรมบริการให้บริการ (หัวหน้างานประเมิน)	BBehSer	ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ	bTang
		การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	bResp
		ความเชื่อมั่นไว้ใจได้	bReli
		การรู้จักและเข้าใจ	bEmpa
ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	Positivepsy	การรับรู้ความสามารถ	Effi
		ความหวัง	Hope
		การฟื้นคืนภาวะปกติ	Resil
		การมองโลกในแง่ดี	Opti

ตัวแปรแฝง	อักษรย่อ	ตัวแปรสังเกต	อักษรย่อ
บุคลิกภาพด้านหวั่นไหว	Lneu	บุคลิกภาพด้านหวั่นไหว	Neu
บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว	Lext	บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว	Ext
บุคลิกภาพด้านเปิดรับ	Lope	บุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับ	Ope
ประสบการณ์		ประสบการณ์	
บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน	Lagr	บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน	Agr
บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิด	Lcon	บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ	Con
ชอบ			

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็น จำนวน 350 คน ซึ่งมีรายละเอียดของข้อมูลทั่วไป ดังนี้

ตาราง 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	127	36.30
หญิง	223	63.70
อายุ		
น้อยกว่า 26 ปี	99	28.30
26-39 ปี	170	48.60
มากกว่า 39 ปี	77	22.00
ไม่ระบุ	4	1.1

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	127	36.30
หญิง	223	63.70
อายุ		
น้อยกว่า 26 ปี	99	28.30
26-39 ปี	170	48.60
มากกว่า 39 ปี	77	22.00
ไม่ระบุ	4	1.1
สถานภาพ		
โสด	200	57.10
สมรสมีคู่ครอง/ หย่าร้างหม้าย/ ไม่ระบุ	133	38.00
	15	4.30
	2	0.60
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา.ปวช/ อนุปริญญา.ปวส/ ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี ไม่ระบุ	175	50.00
	71	20.30
	90	25.70
	2	0.60
	12	3.40

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์		
น้อยกว่า 2 ปี	89	25.40
2-7 ปี	14	35.40
มากกว่า 7 ปี	69	19.70
ไม่ระบุ	68	19.40

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นพนักงานโรงแรมจำนวน 350 คน ในด้านเพศพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 223 (63.70%) รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 127 คน (36.30%) ในด้านอายุพบว่า มีช่วงอายุ 26 – 39 ปี มากที่สุด จำนวน 170 คน (48.60%) รองลงมาเป็นช่วงอายุ น้อยกว่าปี 26 ปี จำนวน 99 คน (28.30%) รองลงมาเป็นช่วงอายุ มากกว่า 39 ปี จำนวน 77 คน (22.00%) ในด้านสถานภาพพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสดจำนวน 200 คน (57.10%) รองลงมา เป็นสถานภาพสมรส/มีคู่ครอง จำนวน 133 คน (38.00%) รองลงมา เป็นสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 15 คน (4.30%) ในด้านระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 175 คน (50.00%) รองลงมาเป็นระดับปริญญาตรี จำนวน 90 คน (25.70%) รองลงมาเป็นระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 71 คน (20.30%) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน (0.60%) และด้านประสบการณ์ในการทำงานพบว่า พนักงานมีประสบการณ์การทำงานอยู่ที่ 2-7 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 124 คน (35.40%) รองลงมาเป็น มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 2 ปี จำนวน 89 คน (25.40%) และมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 7 ปี จำนวน 69 คน (19.70%)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพนักงาน เป็นการทดสอบตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาว่าผ่านข้อตกลงเบื้องต้นก่อนนำไปวิเคราะห์เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ซึ่งผลการวิเคราะห์ประกอบไปด้วย

1. การตรวจสอบลักษณะของตัวแปร โดยคำนวณค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. ค่าความเบ้ (SK) ค่าความโด่ง (Ku) และค่า p -value ของสถิติทดสอบโคลโมโกรอฟ-สเมอร์นอฟ (Komogorov-Smirnov Test) ว่าการตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามีการแจกแจงเป็นแบบโค้งปกติหรือไม่ โดยสังเกตจากค่านัยสำคัญทางสถิติที่ทำการทดสอบระหว่างค่าความเบ้ (SK) และค่าความโด่ง (Ku) ถ้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง โดยในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว (Bivariate relationship) คำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียด ดังนี้



ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าความเบ้ (Skewness) และ ค่าความโด่ง (Kurtosis) ของข้อมูลตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มรวม จำนวน 350 คน

ตัวแปร	พหุคูณประเมิน					หัวหน้างานประเมิน				
	Mean	SD	Sk	Ku	Sk & Ku	Mean	SD	Sk	Ku	Sk & Ku
บุคลิกภาพด้านหน้าไหว	2.76	0.41	-0.82	2.02	.000					
บุคลิกภาพด้านกานแสดงตัว	3.43	0.48	0.77	0.78	.000					
บุคลิกภาพด้านแบบเ็ได้รับประสบการณ์	3.17	0.57	0.78	-0.06	.000					
บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน	3.67	0.45	-0.41	1.19	.000					
บุคลิกภาพด้านกานมีสติรู้ผิดชอบ	3.49	0.56	0.54	-0.92	.000					
การรับรู้ความสามารถ	4.47	0.80	-1.14	1.46	.000					
ความหวัง	4.80	0.57	-1.09	3.60	.000					
การฟื้นคืนภาวะปกติ	4.94	0.50	-0.68	1.15	.000					
การมองโลกในแง่ดี	4.82	0.55	-1.10	2.50	.000					
ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ	5.06	0.48	-0.01	0.12	.000	4.98	0.45	-0.39	1.48	.000
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	5.07	0.50	-0.33	0.67	.000	4.96	0.48	-0.44	0.77	.000
ความเชื่อมั่นในใจได้	5.07	0.49	-0.23	0.43	.000	4.94	0.47	-0.49	1.03	.000
การรู้จักและเข้าใจ	5.02	0.47	-0.20	0.51	.000	4.92	0.47	-0.75	1.45	.000
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	5.03	0.49	-0.39	1.13	.000	4.92	0.49	-0.74	1.17	.000

จากตารางที่ 8 พบว่า ในด้านบุคลิกภาพพบว่า ด้านบุคลิกภาพด้านหัวไหล่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.76 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .41 ด้านบุคลิกภาพด้านการแสดงตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.43 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .48 ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.17 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .57 ด้านบุคลิกภาพด้านอ่อนโยน มีค่าเฉลี่ยที่ 3.67 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .45 และด้านบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.49 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .56

ในด้านทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก พบว่า ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .80 ด้านความหวังมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .57 ด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.94 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .50 และด้านการมองโลกในแง่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.82 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .55

ในด้านพฤติกรรมการให้บริการพบว่า พฤติกรรมการให้บริการที่พนักงานเป็นผู้ประเมินตนเองในแต่ละด้านพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.06 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .48 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.07 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .50 ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.07 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .49 ด้านการรู้จักและเข้าใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.02 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .47 และ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .49

ส่วนพฤติกรรมการให้บริการที่หัวหน้างานเป็นผู้ประเมินในแต่ละด้านพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.98 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .45 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.96 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .48 ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.94 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .47 ด้านการรู้จักและเข้าใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.92 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .47 และ

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.92 จัดได้ว่ามีคะแนนอยู่ในระดับสูง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .49

เมื่อพิจารณาค่าความเบ้และความโด่งผ่านการทดสอบทางสถิติทดสอบโคลโมโกรอฟ-สเมอร်นอฟ พบว่า ทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติแปลว่าทุกตัวแปรมีการแจกแจงที่ไม่เป็นโค้งปกติ ผู้วิจัยจึงแก้ไขด้วยการแปลงคะแนนดิบให้เป็นคะแนนมาตรฐาน

ตาราง 9 สรุปบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่าง

บุคลิกภาพ	จำนวน	ร้อยละ
บุคลิกภาพด้านหวั่นไหว	8	2.29
บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว	40	11.43
บุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์	30	8.57
บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน	186	53.14
บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ	86	24.57

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีบุคลิกภาพด้านอ่อนโยนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.14 รองลงมาเป็น บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ คิดเป็นร้อยละ 24.57 รองลงมาเป็น บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว คิดเป็นร้อยละ 11.43 รองลงมาเป็นบุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 8.57 และ บุคลิกภาพด้านหวั่นไหว คิดเป็นร้อยละ 2.29

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	Neu	Ext	Ope	Agr	Con	Effi	Hope	Resil	Opti	eTang	eResp	eReli	eEmpa	eAssu	bTang	bResp	bReli	bEmpa	bAssu
Neu	1																		
Ext	-.48*	1																	
Ope	-.41*	.66*	1																
Agr	-.46*	.54*	.38*	1															
Con	-.46*	.71*	.74*	.53*	1														
Effi	-.16*	.04	-.01	.11*	-.10	1													
Hope	-.24*	.21*	.16*	.18*	.16*	.69*	1												
Resil	-.03	.02	-.04	.09	-.03	.25*	.25*	1											
Opti	-.18*	.20*	.15*	.22*	.16*	.60*	.72*	.34*	1										
eTang	-.21*	.36*	.32*	.37*	.34*	.30*	.53*	.29*	.53*	1									
eResp	-.20*	.36*	.31*	.37*	.32*	.39*	.57*	.31*	.58*	.86*	1								
eReli	-.21*	.34*	.30*	.36*	.33*	.39*	.60*	.30*	.60*	.87*	.89*	1							
eEmpa	-.25*	.32*	.28*	.35*	.27*	.42*	.58*	.31*	.59*	.83*	.84*	.87*	1						
eAssu	-.25*	.36*	.28*	.37*	.32*	.41*	.61*	.31*	.61*	.84*	.87*	.88*	.87*	1					
bTang	-.07	.06	.00	.12*	-.00	.22*	.28*	.79*	.34*	.35*	.37*	.37*	.35*	.35*	1				
bResp	-.05	.06	-.01	.12*	-.05	.26*	.30*	.84*	.37*	.38*	.41*	.40*	.40*	.38*	.83*	1			
bReli	-.03	.01	-.05	.12*	-.07	.23*	.25*	.84*	.36*	.32*	.36*	.36*	.36*	.36*	.86*	.89*	1		
bEmpa	-.01	-.04	-.09	.07	-.11*	.23*	.85*	.32*	.26*	.30*	.30*	.33*	.31*	.80*	.87*	.87*	.87*	1	
bAssu	-.07	.05	-.03	.09	-.04	.27*	.30*	.84*	.36*	.33*	.36*	.36*	.38*	.39*	.83*	.87*	.87*	.87*	1

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 พบว่า ตัวแปรแต่ละกลุ่มมีความสัมพันธ์ในระดับที่เหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่มีความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรสังเกตสูง แต่เมื่อพิจารณาจากการตอบของพฤติกรรมกรรให้บริการระหว่างพนักงานเป็นผู้ประเมินและหัวหน้างานเป็นผู้ประเมินพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่สูงมาก แสดงว่าการประเมินของพนักงานและหัวหน้างานมีความแตกต่างกัน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกที่จะใช้คะแนนพฤติกรรมกรรให้บริการของหัวหน้างานในการวิเคราะห์ เพราะการประเมินโดยหัวหน้างานมีความเหมาะสมมากกว่าพนักงานเป็นผู้ประเมินเนื่องจากการมีโอกาสที่พนักงานจะประเมินพฤติกรรมกรรให้บริการเข้าข้างตัวเอง จึงเลือกที่จะใช้คะแนนของหัวหน้างานในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อป้องกันปัญหาความคลาดเคลื่อนในการวัด (Common method bias) (Podsakoff, Mackenzie, & Podsakoff, 2003)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เป็นการตรวจสอบแบบจำลองโครงสร้าง ความสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น จากทฤษฎีหรือผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ว่ามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้เก็บรวบรวมมาจากตัวอย่าง โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องและขนาดอิทธิพลของแต่ละตัวแปรที่ปรากฏในสมการโครงสร้าง ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิด และสมมติฐานในการวิจัยเป็นอันดับแรก โดยทดสอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางของทุนจิตวิทยาเชิงบวกต่อบุคลิกภาพห้องศึประกอบกับพฤติกรรมกรรให้บริการของพนักงานโรงแรม โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ตัวแปรคั่นกลางของ เฮย์ส (Hayes, 2013, pp. 86-93) เป็นแนวทางในการพิสูจน์สมมติฐาน โดยมีแนวทางดังนี้ 1)ทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม 2)ทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรคั่นกลาง 3) ทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และ ตัวแปรคั่นกลางและตัวแปรตาม และ 4) ทดสอบอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรต้นผ่านตัวแปรคั่นกลางไปยังตัวแปรตาม ซึ่งการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างสามารถวิเคราะห์ทั้งสี่กระบวนการได้ในครั้งเดียว เมื่อทดสอบและหากพบว่าแบบจำลองไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการปรับแก้แบบจำลองโดยพิจารณาตามค่าดัชนีการปรับแก้ (Modification Index) ที่ได้จากการวิเคราะห์ รวมถึงความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในเชิงแนวคิดทฤษฎีตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 11 ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองในกลุ่มรวม เปรียบเทียบก่อนและหลังปรับเปลี่ยนจำลอง

ดัชนีความ กลมกลืน	เกณฑ์	ค่าสถิติไคโมเดล สมมติฐาน	ค่าสถิติไคโมเดล ทางเลือก 1	ค่าสถิติไคโมเดล ทางเลือก 2	ค่าสถิติไคโมเดล ทางเลือก 3	ค่าสถิติไคโมเดล ทางเลือก 4	ค่าสถิติไคโมเดล ทางเลือก 5
X^2	$P > .05$	$X^2 = 116.06$ df = 61 $p < .001$	$X^2 = 51.98$ df = 33 $p < .05$	$X^2 = 71.79$ df = 33 $p < .01$	$X^2 = 69.50$ df = 33 $p < .001$	$X^2 = 54.09$ df = 33 $p < .05$	$X^2 = 92.10$ df = 33 $p < .01$
CFI	มากกว่า 0.90	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.98
GFI	มากกว่า 0.90	0.95	0.97	0.96	0.96	0.97	0.95
AGFI	มากกว่า 0.80	0.92	0.95	0.93	0.94	0.95	0.92
RMSEA	น้อยกว่า .08	0.051	0.041	0.058	0.056	0.043	0.072

โมเดลสมมติฐาน ประกอบด้วย บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ศูนย์จิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมการให้บริการ

โมเดลทางเลือก 1 ประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านหนึ่งเดียว ศูนย์จิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมการให้บริการ

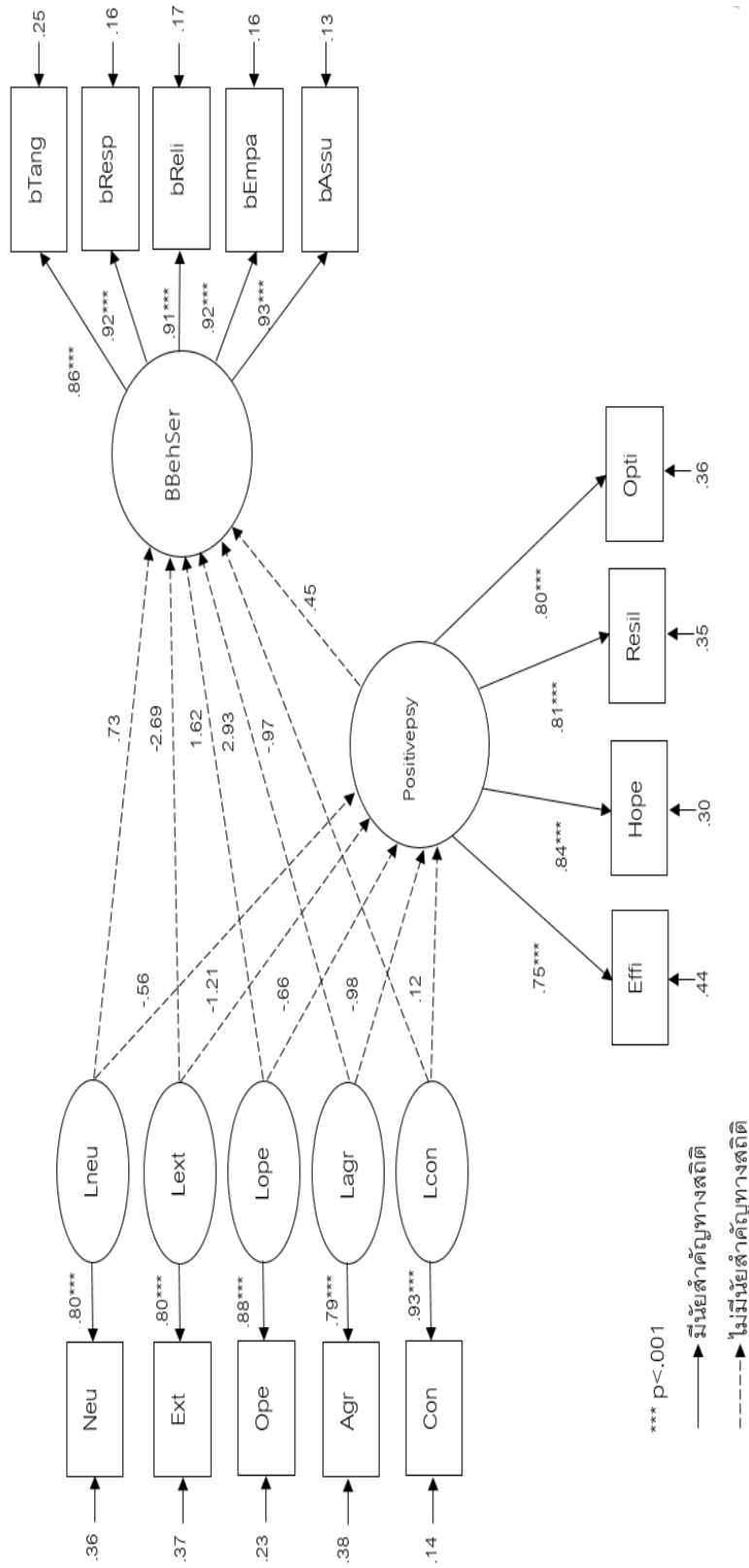
โมเดลทางเลือก 2 ประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว ศูนย์จิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมการให้บริการ

โมเดลทางเลือก 3 ประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์ ศูนย์จิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมการให้บริการ

โมเดลทางเลือก 4 ประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน ศูนย์จิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมการให้บริการ

โมเดลทางเลือก 5 ประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ตนชอบ ศูนย์จิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมการให้บริการ

จากตารางที่ 11 พบว่า จากการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) = 116.06, $df=61$; $p < .001$, RMSEA = .051, CFI = .99, GFI = .95, AGFI = .92 จึงสามารถสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้างสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แต่เมื่อตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ พบว่า เกิดปัญหาความไม่เป็นบวกแน่นอน (Nonpositive definite Matrix) ของเมทริกซ์ในเมทริกซ์ PHI ทำให้เกิดการประมาณค่าอิทธิพลสูงกว่า 1 มีทิศทางของอิทธิพลที่ตรงกันข้ามกับค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต และ ค่าอิทธิพลที่สูงแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ค่าอิทธิพลของบุคลิกภาพด้านการแสดงตัวต่อจิตวิทยาเชิงบวกมีค่าเท่ากับ 1.21 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าอิทธิพลของบุคลิกภาพด้านการแสดงตัวต่อพฤติกรรมบริการให้บริกา มีค่าเท่ากับ -2.69 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าอิทธิพลของบุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์ต่อพฤติกรรมบริการให้บริกา มีค่าเท่ากับ 1.62 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และ ค่าอิทธิพลของบุคลิกภาพด้านอ่อนโยนต่อพฤติกรรมบริการให้บริกา มีค่าเท่ากับ 2.93 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ตามภาพประกอบที่ 8



ภาพประกอบ 7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของแบบจำลองตามสมมติฐาน



เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเลือกที่จะปรับโมเดลสมมติฐานใหม่โดยอิงกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตามแนวทางของ ทาก้า (Tarka, 2018) ไคลน์ (Kline, 2016, pp. 284-285) ซิลลิเวียร์และแมคคาลัม (Silvia ;& MacCallum. 1988). และ มาควิลิตัสและอิง (Marcoulides; & Ing, 2012) โดยผู้วิจัยเลือกที่จะปรับโมเดลทางเลือกออกเป็น 5 โมเดล เนื่องจากบุคลิกภาพทั้งห้าองค์ประกอบมีอิทธิพลต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกและพฤติกรรมกรให้บริการ แต่ไม่สามารถประมาณค่าได้อย่างถูกต้องเนื่องจากปัญหาทางสถิติ คือ ตัวแปรแฝงบุคลิกภาพแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันสูง เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยและปัญหาทางสาเหตุทางสถิติที่ไม่สามารถวิเคราะห์ตัวแปรบุคลิกภาพทั้งห้าองค์ประกอบพร้อมกันได้ ผู้วิจัยจึงตัดสินใจเลือกวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกออกเป็น 5 ประกอบด้วย 1)โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่หนึ่ง คือ โมเดลสมการโครงสร้างที่มีบุคลิกภาพด้านห้วนไหว ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมกรให้บริการ 2)โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่สอง คือ โมเดลสมการโครงสร้างที่มีบุคลิกภาพด้านการแสดงตัว ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมกรให้บริการ 3)โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่สาม คือ โมเดลสมการโครงสร้างที่มีบุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมกรให้บริการ 4)โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่สี่ คือ โมเดลสมการโครงสร้างที่มีบุคลิกภาพด้านอ่อนโยน ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมกรให้บริการ 5)โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่ห้า คือ โมเดลสมการโครงสร้างที่มีบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก และ พฤติกรรมกรให้บริการ

หลังจากปรับโมเดลสมการโครงสร้าง โดยแยกการวิเคราะห์ออกเป็นโมเดลสมการโครงสร้างทางเลือก 1-5 ตามลักษณะบุคลิกภาพแต่ละประเภท ประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านห้วนไหว บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว บุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ โดยในแต่ละโมเดลทางเลือกผู้วิจัย ผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาในการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1)ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2)ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดตัวแปรแฝง 3)อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อจิตวิทยาเชิงบวก และ 4) อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่ 1 พบผลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือก 1 พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) = 51.98, $df=33$; $p < .05$, RMSEA = 0.041, CFI = 0.99, GFI = 0.97, AGFI = 0.95 โดยไม่มีค่าอิทธิพลที่สูงกว่า 1 จึงสามารถสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นหลังจากปรับโมเดลสมการโครงสร้าง ตามภาพประกอบที่ 9

ตอนที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดตัวแปรแฝง

จากการทดสอบพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งสิ้น โดย คอมเมรี่และลี (Comrey & Lee, 1992) ได้จัดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบเอาไว้ดังนี้

- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .70 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีเยี่ยม (excellent)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .63 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีมาก (very good)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .55 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดี (good)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .45 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับพอใช้ (fair)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .32 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับแย่ (poor) และควรตัดทิ้ง

ตัวแปรแฝงบุคลิกภาพด้านหวั่นไหว (Lneu) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตบุคลิกภาพด้านหวั่นไหว (Neu) อยู่ที่ .80 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดบุคลิกภาพด้านหวั่นไหว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม

ตัวแปรแฝงทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .75-.84 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดจิตวิทยาเชิงบวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ ความหวัง (Hope) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงจิตวิทยาเชิงบวก

ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการให้บริการ (Behser) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .86-.93 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดพฤติกรรมการให้บริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่า

น้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assu) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

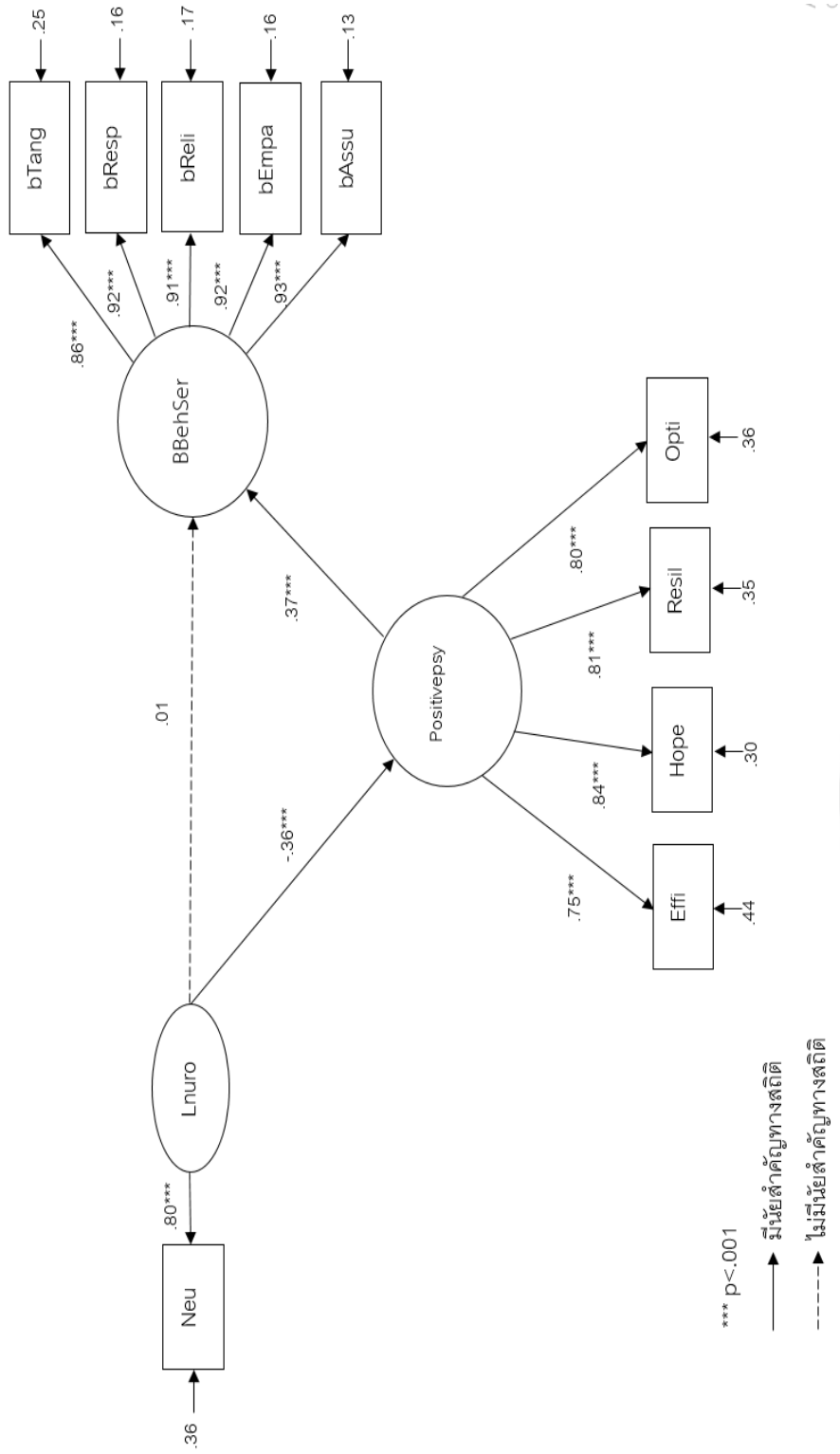
ตอนที่ 3 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อจิตวิทยาเชิงบวก

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) คือ บุคลิกภาพด้านอ่อนไหว (Lneu) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ $-.36$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของจิตวิทยาเชิงบวก ได้ร้อยละ 13 ตามตารางที่ 12

ตอนที่ 4 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (BBehser) คือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ $.37$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$

นอกจากนี้ยังพบอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (Behser) คือ บุคลิกภาพด้านหวั่นไหว (Lneu) ส่งอิทธิพลผ่านทางทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ $-.13$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$ โดยตัวแปรเชิงสาเหตุทั้งหมดสามารถทำนายได้ร้อยละ 14 ตามตารางที่ 12



ภาพประกอบ 8 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองทางเลือกที่ 1

ตาราง 12 คะแนนมาตรฐานผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) อิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ของตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรผลและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปร (Square Multiple Correlation : R^2) ของแบบจำลองปรับแก้

ตัวแปรเชิงสาเหตุ	ตัวแปรผล											
	โมเดลทางเลือกที่ 1						โมเดลทางเลือกที่ 2					
	Positivepsy		Behser		Behser		Positivepsy		Behser		Behser	
DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	
1. LNeu	-.36***	-	-.36***	.01	-.13***	-.12*						
2. Lext							.27***	.27***	-.03	.10**	.07	
3. Lope												
4. Lagr												
5. Lcon												
3 Positivepsy	-	-	-	.37***	-	.37***			.38***		.38***	
R^2		.13		.14		.14		.07		.14		

* p<.05 *** p<.001

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่ 2 พบผลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือก 2 พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) = 71.79, $df=33$; $p < .05$, RMSEA = 0.058, CFI = 0.99, GFI = 0.96, AGFI = 0.93 โดยไม่มีค่าอิทธิพลที่สูงกว่า 1 จึงสามารถสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นหลังจากปรับโมเดลสมการโครงสร้าง ตามภาพประกอบที่ 10

ตอนที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดตัวแปรแฝง

จากการทดสอบพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งสิ้น โดย คอมเรย์และลี (Comrey & Lee, 1992) ได้จัดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบเอาไว้ดังนี้

- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .70 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีเยี่ยม (excellent)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .63 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีมาก (very good)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .55 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดี (good)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .45 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับพอใช้ (fair)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .32 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับแย่มาก (poor) และควรตัดทิ้ง

ตัวแปรแฝงบุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Lext) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตบุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Ext) อยู่ที่ .80 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดบุคลิกภาพด้านหนึ่งใด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม

ตัวแปรแฝงทัศนคติวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .75-.84 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดทัศนคติวิทยาเชิงบวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ ความหวัง (Hope) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงทัศนคติวิทยาเชิงบวก

ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการให้บริการ (Behser) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .86-.93 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดพฤติกรรมการให้บริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่า

น้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assu) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

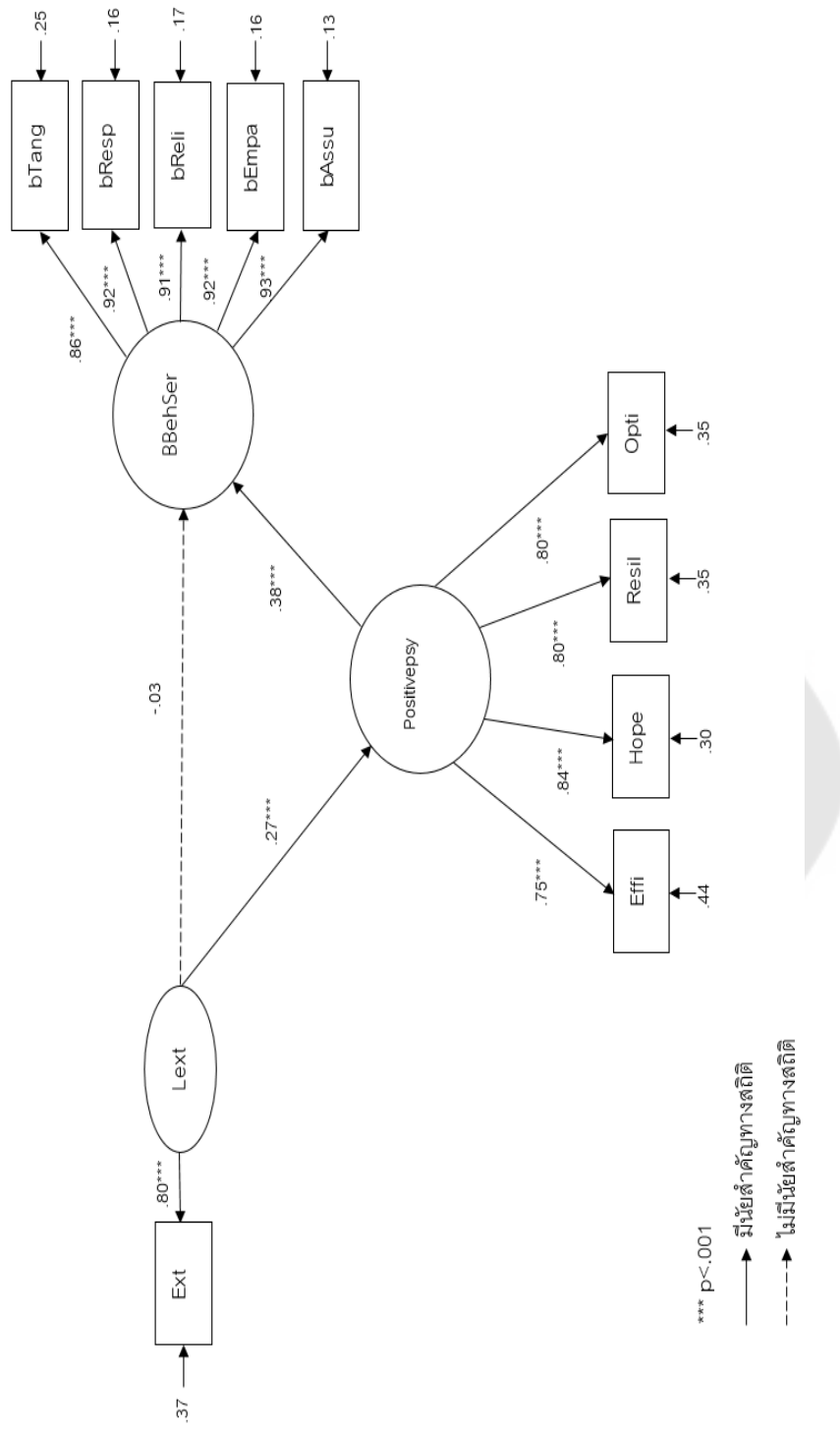
ตอนที่ 3 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อจิตวิทยาเชิงบวก

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) คือ บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Lext) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .27 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของจิตวิทยาเชิงบวก ได้ร้อยละ 7 ตามตารางที่ 12

ตอนที่ 4 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (BBehser) คือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .38 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

นอกจากนี้ยังพบอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (Behser) คือ บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Lext) ส่งอิทธิพลผ่านทางทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรเชิงสาเหตุทั้งหมดสามารถทำนายได้ร้อยละ 14 ตามตารางที่ 12



ภาพประกอบ 9 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองทางเลือกที่ 2

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่ 3 พบผลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือก 3 พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) = 69.50, $df=33$; $p < .05$, RMSEA = 0.056, CFI = 0.99, GFI = 0.96, AGFI = 0.94 โดยไม่มีค่าอิทธิพลที่สูงกว่า 1 จึงสามารถสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นหลังจากปรับโมเดลสมการโครงสร้าง ตามภาพประกอบที่ 11

ตอนที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดตัวแปรแฝง

จากการทดสอบพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งสิ้น โดย คอมเรย์และลี (Comrey & Lee, 1992) ได้จัดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบเอาไว้ดังนี้

- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .70 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีเยี่ยม (excellent)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .63 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีมาก (very good)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .55 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดี (good)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .45 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับพอใช้ (fair)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .32 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับแย่มาก (poor) และควรตัดทิ้ง

ตัวแปรแฝงบุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์ (Lope) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตบุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์ (Ope) อยู่ที่ .88 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดบุคลิกภาพด้านหวั่นไหว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม

ตัวแปรแฝงทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .75-.84 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดจิตวิทยาเชิงบวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ ความหวัง (Hope) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงจิตวิทยาเชิงบวก

ตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรให้บริการ (Behser) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .86-.93 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดพฤติกรรมกรให้บริการ

มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assu) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

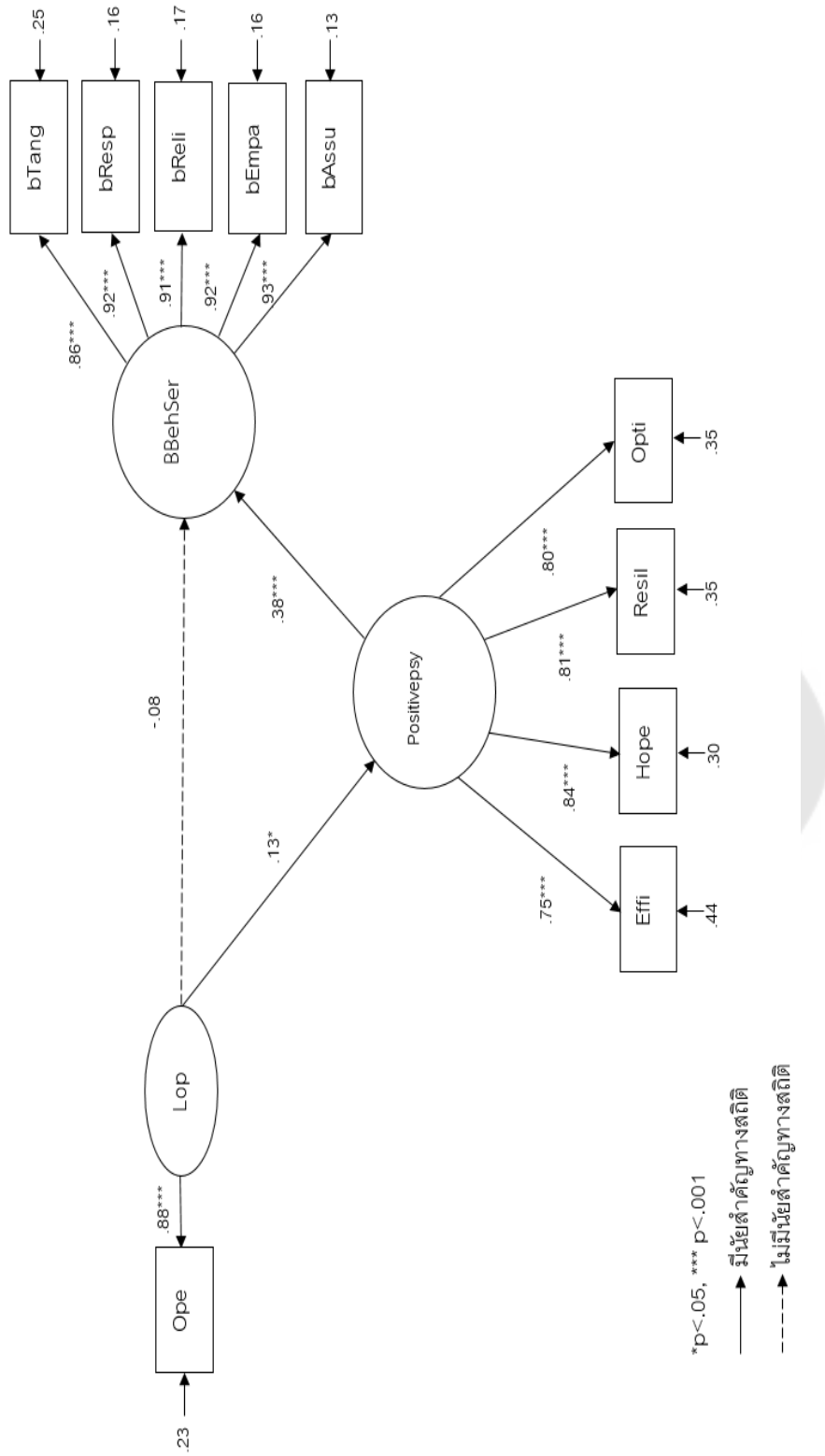
ตอนที่ 3 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อจิตวิทยาเชิงบวก

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) คือ บุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์ (Lope) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .13 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของจิตวิทยาเชิงบวก ได้ร้อยละ 2 ตามตารางที่ 13

ตอนที่ 4 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (BBehser) คือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .38 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

นอกจากนี้ยังพบอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (Behser) คือ บุคลิกภาพด้านแบบเปิดรับประสบการณ์ (Lope) ส่งอิทธิพลผ่านทางทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .1 โดยตัวแปรเชิงสาเหตุทั้งหมดสามารถทำนายได้ร้อยละ 14 ตามตารางที่ 13



ภาพประกอบ 10 ค่าสัมประสิทธิ์วิถีพหุมาตรฐานของแบบจำลองทางเดือที่ 3

ตาราง 13 คะแนนมาตรฐานผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) อิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ของตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรผลและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงสาเหตุยกกำลังสองของตัวแปร (Square Multiple Correlation : R^2) ของแบบจำลองปรับแก้

ตัวแปรเชิง สาเหตุ	ตัวแปรผล											
	โมเดลทางเลือกที่ 3						โมเดลทางเลือกที่ 4					
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
1. LNeu												
2. Lext												
3. Lope	.13*		.13*	-.08	.05 [†]	-.03						
4. Lagr				.29***			.29***		.29***	.08	.10***	.18**
5. Lcon												
3 Positivepsy				.38***			.38***		.35***	.35***		.35***
R^2			.02			.14			.08			.14

p<.1 * p<.05 *** p<.001

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่ 4 พบผลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือก 4 พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) = 54.09, $df=33$; $p < .05$, RMSEA = 0.043, CFI = 0.99, GFI = 0.97, AGFI = 0.95 โดยไม่มีค่าอิทธิพลที่สูงกว่า 1 จึงสามารถสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นหลังจากปรับโมเดลสมการโครงสร้าง ตามภาพประกอบที่ 12

ตอนที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดตัวแปรแฝง

จากการทดสอบพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งสิ้น โดย คอมเรย์และลี (Comrey & Lee, 1992) ได้จัดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบเอาไว้ดังนี้

-ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .70 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีเยี่ยม (excellent)

-ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .63 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีมาก (very good)

-ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .55 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดี (good)

-ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .45 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับพอใช้ (fair)

-ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .32 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับแย่มาก (poor) และควรตัดทิ้ง

ตัวแปรแฝงบุคลิกภาพด้านอ่อนโยน (Lagr) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตบุคลิกภาพด้านอ่อนโยน (Agr) อยู่ที่ .79 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดบุคลิกภาพด้านอ่อนโยน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม

ตัวแปรแฝงทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .75-.84 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดจิตวิทยาเชิงบวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ ความหวัง (Hope) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงจิตวิทยาเชิงบวก

ตัวแปรแฝงพฤติกรรมการให้บริการ (Behser) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .86-.93 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดพฤติกรรมการให้บริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่า

น้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assu) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

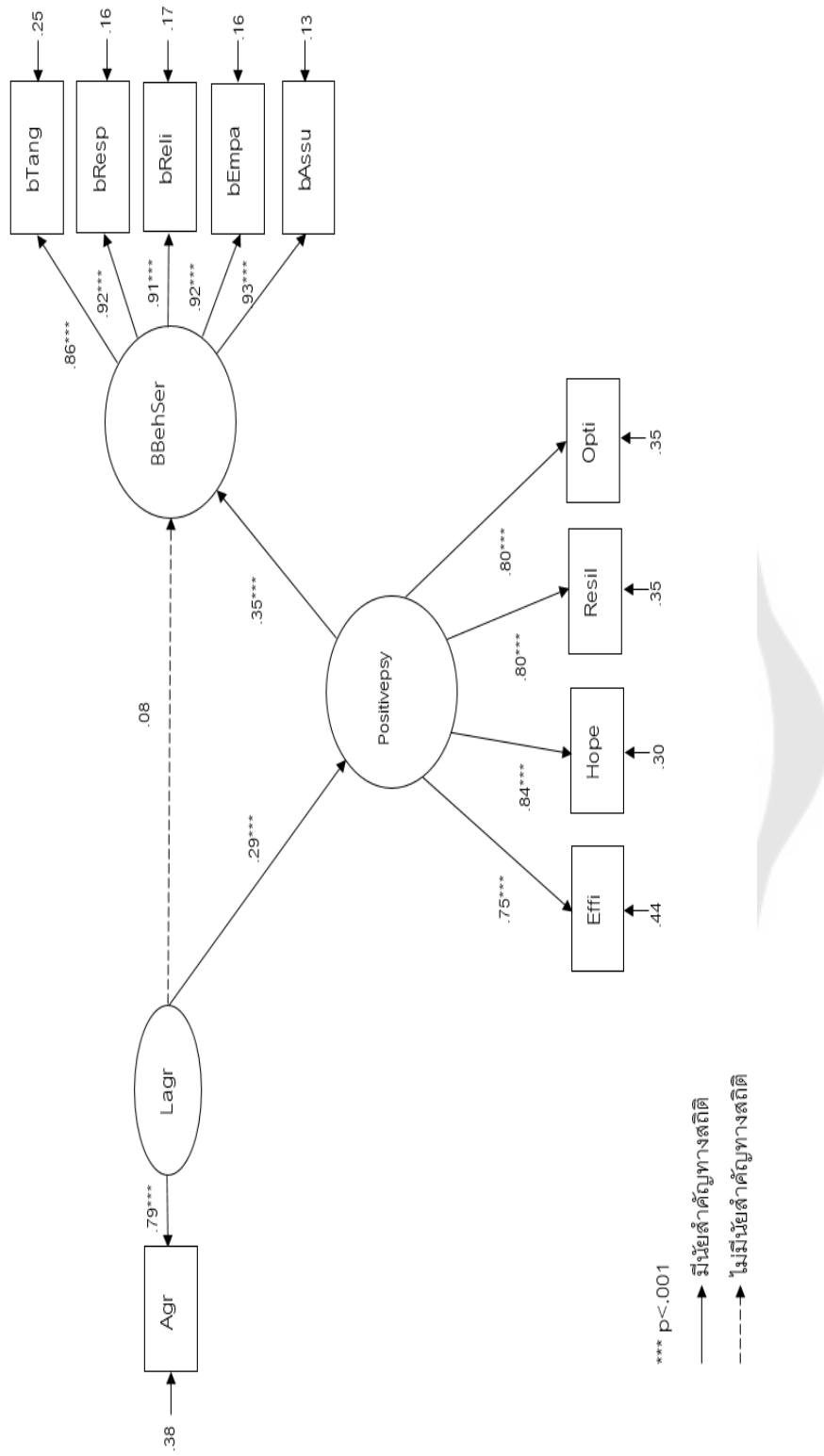
ตอนที่ 3 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อจิตวิทยาเชิงบวก

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) คือ บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน (Lagr) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .29 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของจิตวิทยาเชิงบวก ได้ร้อยละ 08 ตามตารางที่ 13

ตอนที่ 4 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (BBehser) คือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .35 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

นอกจากนี้ยังพบอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (Behser) คือ บุคลิกภาพด้านอ่อนโยน (Lagr) ส่งอิทธิพลผ่านทางทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยตัวแปรเชิงสาเหตุทั้งหมดสามารถทำนายได้ร้อยละ 14 ตามตารางที่ 13



ภาพประกอบ 11 ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณของแบบจำลองทางสถิติที่ 4

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือกที่ 5 พบผลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลสมการโครงสร้างทางเลือก 5 พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) = 92.10, $df=33$; $p < .05$, RMSEA = 0.072, CFI = 0.98, GFI = 0.95, AGFI = 0.92 โดยไม่มีค่าอิทธิพลที่สูงกว่า 1 จึงสามารถสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นหลังจากปรับโมเดลสมการโครงสร้าง ตามภาพประกอบที่ 13

ตอนที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดตัวแปรแฝง

จากการทดสอบพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งสิ้น โดย คอมเรย์และลี (Comrey & Lee, 1992) ได้จัดเกณฑ์ในการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบเอาไว้ดังนี้

- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .70 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีเยี่ยม (excellent)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .63 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดีมาก (very good)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .55 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับดี (good)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .45 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับพอใช้ (fair)
- ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .32 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับแย่มาก (poor) และควรตัดทิ้ง

ตัวแปรแฝงบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Lcon) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Con) อยู่ที่ .93 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดบุคลิกภาพด้านห้วนใจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม

ตัวแปรแฝงทัศนคติวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .75-.84 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดทัศนคติวิทยาเชิงบวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ ความหวัง (Hope) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงทัศนคติวิทยาเชิงบวก

ตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมากรให้บริการ (Behser) พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง .86-.93 แสดงถึงการที่ตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดพฤติกรรมกรรมากรให้บริการ

มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในระดับดีเยี่ยม โดยตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด คือ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assu) แสดงว่ามีความสำคัญต่อตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

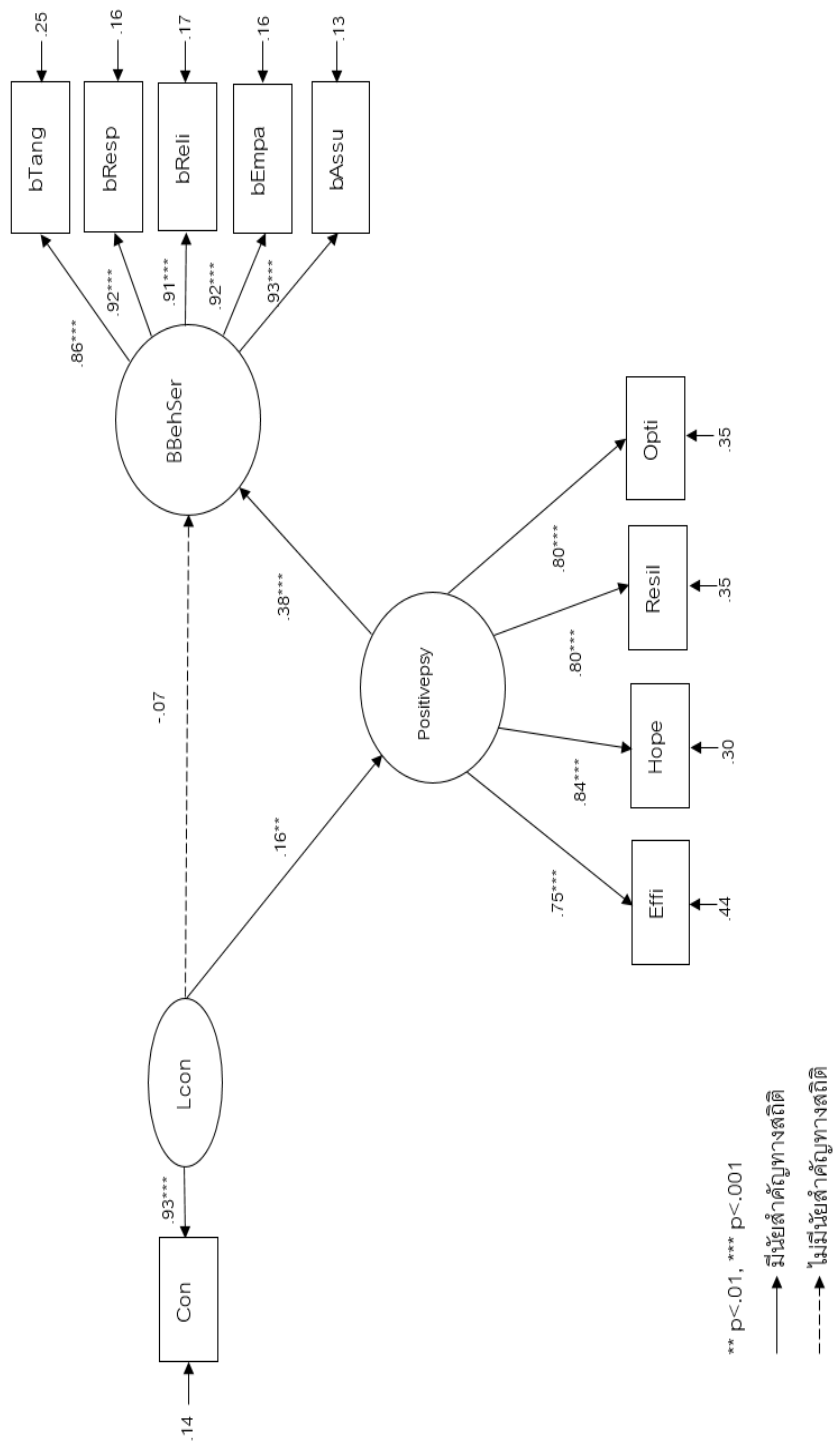
ตอนที่ 3 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อจิตวิทยาเชิงบวก

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) คือ บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Lcon) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .16 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของจิตวิทยาเชิงบวก ได้ร้อยละ 03 ตามตารางที่ 14

ตอนที่ 4 อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ

พบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (BBehser) คือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .38 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

นอกจากนี้ยังพบอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการ (Behser) บุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Lcon) ส่งอิทธิพลผ่านทางทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .06 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรเชิงสาเหตุทั้งหมดสามารถทำนายได้ร้อยละ 14 ตามตารางที่ 14



ภาพประกอบ 12 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองทางไดเอกที่ 5

ตัวแปรเชิง สาเหตุ	ตัวแปรผล													
	Positivepsy					Behser								
	DE	IE	TE	DE	TE	DE	IE	TE	DE	TE				
1. LNeu														
2. Lext														
3. Lope														
4. Lagr														
5. Lcon		.16**		.16**										
3 Positivepsy														
<i>R</i> ²							.03			.14				

* p<.05 *** p<.001

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม ประกอบด้วยการวิเคราะห์ตามหัวข้อดังนี้

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มพนักงานที่มีพฤติกรรมกรให้บริการรายด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ ด้านการรู้จักและเข้าใจและ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการแตกต่างกันโดยแบ่งเป็นพนักงานที่มีพฤติกรรมกรให้บริการรายด้านอยู่ในกลุ่มสูงและกลุ่มพนักงานที่มีพฤติกรรมกรให้บริการรายด้านและภาพรวมอยู่ในกลุ่มต่ำ มีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกรายด้านประกอบด้วย ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ด้านความหวัง ด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ และด้านการมองโลกในแง่ดี และภาพรวมแตกต่างกันหรือไม่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมจากสมมติฐานข้อที่ 1 ถึง 3 โดยใช้ค่าอิทธิพล (effect size) ในการพิจารณากลุ่มพนักงานที่มีพฤติกรรมกรให้บริการแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกในรายด้านและภาพรวม สาเหตุที่ใช้ค่าอิทธิพลเนื่องจากข้อคำถามของพฤติกรรมกรให้บริการในแต่ละด้านมีจำนวนที่ไม่เท่ากันและจำนวนของกลุ่มพนักงานที่มีพฤติกรรมกรให้บริการในแต่ละด้านและภาพรวมมีจำนวนไม่เท่ากัน ส่งผลต่อการวิเคราะห์ความแตกต่างเนื่องจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวมถึงเป็นการแปลงความแตกต่างของคะแนนให้อยู่หน่วยเดียวกันเหมือนคะแนนมาตรฐาน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ ค่าอิทธิพลในการพิจารณาความแตกต่างที่เกิดขึ้น ว่า กลุ่มพนักงานที่มีพฤติกรรมกรให้บริการในแต่ละด้านสูงและต่ำ มีทุนจิตวิทยาเชิงบวกแตกต่างกันหรือไม่ โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลค่าอิทธิพลดังนี้ (Cohen. 1988)

d = .10	หมายถึง	มีผลขนาดน้อยมาก
d = .20	หมายถึง	มีผลขนาดเล็กน้อย
d = .50	หมายถึง	มีผลขนาดปานกลาง
d = .80	หมายถึง	มีผลขนาดมาก
d = .90	หมายถึง	มีผลขนาดใหญ่มาก

ตาราง 15 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกทั้งในรายด้านและภาพรวม ระหว่างพนักงานที่มี พฤติกรรมการให้บริการรายด้านแตกต่างกัน

ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	พฤติกรรมกรให้บริการ	กลุ่ม	N	Mean	SD	T	d
การรับรู้ ความสามารถ ของตนเอง	ความเป็น รูปธรรมที่ ปรากฏ	สูง	45	4.50	0.90	2.39*	.52
		ต่ำ	41	4.06	0.83		
การ ตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ	ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้	สูง	44	4.53	0.88	3.15**	.60
		ต่ำ	52	3.96	0.88		
การรู้จักและ เข้าใจ	ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้	สูง	50	4.59	0.78	3.56***	1.88
		ต่ำ	52	4.02	0.83		
การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	สูง	41	4.61	0.74	3.72***	.69
		ต่ำ	54	4.01	0.79		
		สูง	39	4.58	0.75	3.65** *	.53
		ต่ำ	54	3.93	0.90		

ตาราง 15 (ต่อ)

ทุนจิตวิทยา เชิงบวก	พฤติกรรมกร ให้บริการ	กลุ่ม	N	Mean	SD	T	d																																												
ความหวัง	ความเป็น รูปธรรมที่ ปรากฏ	สูง	45	4.97	0.62	3.36**	.72																																												
		ต่ำ	41	4.49	0.71			การ ตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ	ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้	สูง	44	4.97	0.64	3.74***	.77	ต่ำ	52	4.45	0.69	การรู้จักและ เข้าใจ	ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้	สูง	50	4.95	0.60	3.65***	.72	ต่ำ	52	4.48	0.69	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การรู้จักและ เข้าใจ	สูง	41	4.95	0.59	2.82***	.57	ต่ำ	54	4.56	0.74	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	สูง	39	4.97	0.58	3.82***	.79
การ ตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ	ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้	สูง	44	4.97	0.64	3.74***	.77																																												
		ต่ำ	52	4.45	0.69			การรู้จักและ เข้าใจ	ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้	สูง	50	4.95	0.60	3.65***	.72	ต่ำ	52	4.48	0.69	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การรู้จักและ เข้าใจ	สูง	41	4.95	0.59	2.82***	.57	ต่ำ	54	4.56	0.74	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	สูง	39	4.97	0.58	3.82***	.79	ต่ำ	54	4.45	0.71								
การรู้จักและ เข้าใจ	ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้	สูง	50	4.95	0.60	3.65***	.72																																												
		ต่ำ	52	4.48	0.69			การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การรู้จักและ เข้าใจ	สูง	41	4.95	0.59	2.82***	.57	ต่ำ	54	4.56	0.74	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	สูง	39	4.97	0.58	3.82***	.79	ต่ำ	54	4.45	0.71																				
การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การรู้จักและ เข้าใจ	สูง	41	4.95	0.59	2.82***	.57																																												
		ต่ำ	54	4.56	0.74			การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	สูง	39	4.97	0.58	3.82***	.79	ต่ำ	54	4.45	0.71																																
การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	สูง	39	4.97	0.58	3.82***	.79																																												
		ต่ำ	54	4.45	0.71																																														

ตาราง 15 (ต่อ)

ทุนจิตวิทยา เชิงบวก	พฤติกรรมกร ให้บริการ	กลุ่ม	N	Mean	SD	T	d
การฟื้นคืน ภาวะปกติ	ความเป็น รูปธรรมที่ ปรากฏ	สูง	45	5.53	0.32	15.37	3.29
		ต่ำ	41	4.17	0.49		
การ ตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ		สูง	44	5.58	0.31	19.20***	3.98
		ต่ำ	52	4.15	0.41		
ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้		สูง	50	5.50	0.36	16.17***	3.21
		ต่ำ	52	4.17	0.46		
การรู้จักและ เข้าใจ		สูง	41	5.57	0.35	17.67***	3.71
		ต่ำ	54	4.16	0.41		
การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ		สูง	39	5.55	0.33	17.19***	3.67
		ต่ำ	54	4.18	0.41		

ตาราง 15 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น	กลุ่ม	n	Mean	SD	T	d
การมองโลก ในแง่ดี	ความเป็น รูปธรรมที่ ปรากฏ	สูง	45	5.08	0.56	4.22***	.91
		ต่ำ	41	4.55	0.61		
การตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ		สูง	44	5.03	0.56	4.73***	.96
		ต่ำ	52	4.42	0.69		
ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้		สูง	50	5.00	0.50	4.90***	.97
		ต่ำ	52	4.42	0.67		
การรู้จักและ เข้าใจ		สูง	41	5.02	0.41	4.84***	.97
		ต่ำ	54	4.45	0.74		
การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ		สูง	39	5.04	0.42	5.35***	1.09
		ต่ำ	54	4.46	0.63		

ตาราง 15 (ต่อ)

ทุน	พฤติกรรมกร	กลุ่ม	N	Mean	SD	T	d
จิตวิทยา เชิงบวก	ให้บริการ						
ทุนทาง จิตวิทยา เชิงบวก	ความเป็น รูปธรรมที่ ปรากฏ	สูง	45	4.81	0.63	3.16**	.68
		ต่ำ	41	4.37	0.66		
	การตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ	สูง	44	4.79	0.64	3.65***	.75
		ต่ำ	52	4.29	0.67		
	ความเชื่อมั่น ไว้ใจได้	สูง	50	4.80	0.55	3.98***	.79
		ต่ำ	52	4.32	0.66		
	การรู้จักและ เข้าใจ	สูง	41	4.81	0.50	3.81***	.77
		ต่ำ	54	4.35	0.67		
	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	สูง	39	4.82	0.51	4.13***	.89
		ต่ำ	54	4.29	0.68		

* p <.05 ** p<.01, *** p<.001

จากตารางที่ 11 พบว่า พนักงานโรงแรมที่มีพฤติกรรมกรให้บริการในทุกราย ด้านประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ ด้านการรู้จักและเข้าใจและ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการอยู่ในกลุ่มสูง จะมี

ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกในทุกๆด้าน ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ด้านความหวัง ด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ และด้านการมองโลกในแง่ดี และภาพรวม สูงกว่า พนักงานโรงแรมที่มีพฤติกรรมบริการให้บริการในทุกๆด้านต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

d = .10	หมายถึง	มีผลขนาดน้อยมาก
d = .20	หมายถึง	มีผลขนาดเล็กน้อย
d = .50	หมายถึง	มีผลขนาดปานกลาง
d = .80	หมายถึง	มีผลขนาดใหญ่
d = .90	หมายถึง	มีผลขนาดใหญ่มาก

จากการพิจารณาค่าอิทธิพล (effect size) ตามลักษณะของพฤติกรรมบริการให้บริการทั้งรายด้านและภาพรวมต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก พบผลดังนี้

1) พนักงานที่มีพฤติกรรมบริการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏในกลุ่มสูง ได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 3.29 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก รองลงมาเป็นด้านการมองโลกในแง่ดี มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .91 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก และ ด้านความหวัง มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .72 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ในภาพรวมของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก พบว่ามีค่าอิทธิพลเท่ากับ .68 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

2) พฤติกรรมบริการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในกลุ่มสูงได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 3.98 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก รองลงมาเป็นด้านการมองโลกในแง่ดี มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .96 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก และ ด้านความหวัง มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .77 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ในภาพรวมของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก พบว่ามีค่าอิทธิพลเท่ากับ .75 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

3) พฤติกรรมบริการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ ได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 3.21 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก รองลงมาเป็นด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 1.88 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก และ ด้านการมองโลกในแง่ดี มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .97 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก ในภาพรวมของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก พบว่ามีค่าอิทธิพลเท่ากับ .79 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

4) พฤติกรรมการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ ได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 3.71 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก รองลงมาเป็นด้านการมองโลกในแง่ดี มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .97 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก และ ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .69 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ในภาพรวมของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก พบว่ามีค่าอิทธิพลเท่ากับ .77 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

5) พฤติกรรมการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 3.67 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก รองลงมาเป็นด้านการมองโลกในแง่ดี มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 1.09 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก และ ด้านความหวัง มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .79 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ในภาพรวมของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก พบว่ามีค่าอิทธิพลเท่ากับ .89 มีอิทธิพลในระดับมาก

หากพิจารณาจากค่าอิทธิพลต่อทุนทางจิตวิทยารายด้าน พบว่า

1) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้มากที่สุด โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 1.88 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก รองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .69 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง และรองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .60 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

2) ด้านความหวัง ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มากที่สุด โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.79 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .77 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง และรองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏและพฤติกรรมการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .72 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

3) ด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มากที่สุด โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 3.98 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก รองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 3.71 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก และรองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 3.67 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก

4) ด้านการมองโลกในแง่ดี ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรการให้บริการด้านกรรการให้ความม้ใจแก่ผู้รับบริการมากที่สุด โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 1.09 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก รองลงมา เป็นพฤติกรรมกรรการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ และ พฤติกรรมกรรการให้บริการด้านการรู้จัก และเข้าใจ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .97 มีอิทธิพลในระดับใหญ่มาก

5) ทุนเชิงจิตวิทยาเชิงบวกในภาพรวม ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรการให้บริการด้านกรรการให้ความม้ใจแก่ผู้รับบริการมากที่สุด โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .89 มีอิทธิพลในระดับมาก รองลงมา เป็นพฤติกรรมกรรการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .79 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง และ พฤติกรรมกรรการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ .77 มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

จากอิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีผลต่อตัวแปรผลลัพธ์ทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ได้จากการวิเคราะห์สามารถสรุปผลตามสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมกรรการให้บริการของพนักงานโรงแรมโดยผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

ผลการวิจัยพบว่า ทั้งห้าโมเดลสมการทางเลือก บุคลิกภาพทั้งห้าองค์ประกอบส่งผลทางอ้อมผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) ต่อพฤติกรรมกรรการให้บริการ (Behser) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่าง -.13 ถึง .10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 2 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก

ผลการวิจัยพบว่า ทั้งห้าโมเดลสมการทางเลือก บุคลิกภาพทั้งห้าองค์ประกอบส่งผล ทางตรงต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่าง -.36 ถึง .29 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 3 ทุนจิตวิทยาเชิงบวกทั้งสี่องค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมกรรการให้บริการทั้งห้าด้านหรือด้านใดด้านหนึ่ง

ผลการวิจัยพบว่า ทั้งห้าโมเดลสมการทางเลือก ทุนทางจิตวิทยา (Positivepsy) ส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมกรรการให้บริการ (Behser) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล

ระหว่าง .35 ถึง .38 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า

1. จากการพิจารณาค่าอิทธิพล (Effect size) พฤติกรรมการให้บริการทั้งรายด้านและภาพรวมต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก พบผลดังนี้

1) พฤติกรรมการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการมองโลกในแง่ดี และ ด้านความหวัง

2) พฤติกรรมการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด มี รองลงมาเป็นด้านการมองโลกในแง่ดี และ ด้านความหวัง

3) พฤติกรรมการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ ได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มี และ ด้านการมองโลกในแง่ดี

4) พฤติกรรมการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ ได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการมองโลกในแง่ดี และ ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง

5) พฤติกรรมการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการมองโลกในแง่ดี และ ด้านความหวัง และส่งผลต่อภาพรวมของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกมากที่สุด

หากพิจารณาจากค่าอิทธิพลต่อทุนทางจิตวิทยารายด้าน พบว่า

1) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้มากที่สุด รองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ และรองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

2) ด้านความหวัง ได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และรองลงมาเป็นพฤติกรรมการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏและพฤติกรรมการให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้

3) ด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ ได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมกรให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นพฤติกรรมกรให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ และรองลงมาเป็นพฤติกรรมกรให้บริการด้านกรให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

4) ด้านการมองโลกในแง่ดี ได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมกรให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นพฤติกรรมกรให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ และ พฤติกรรมกรให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ

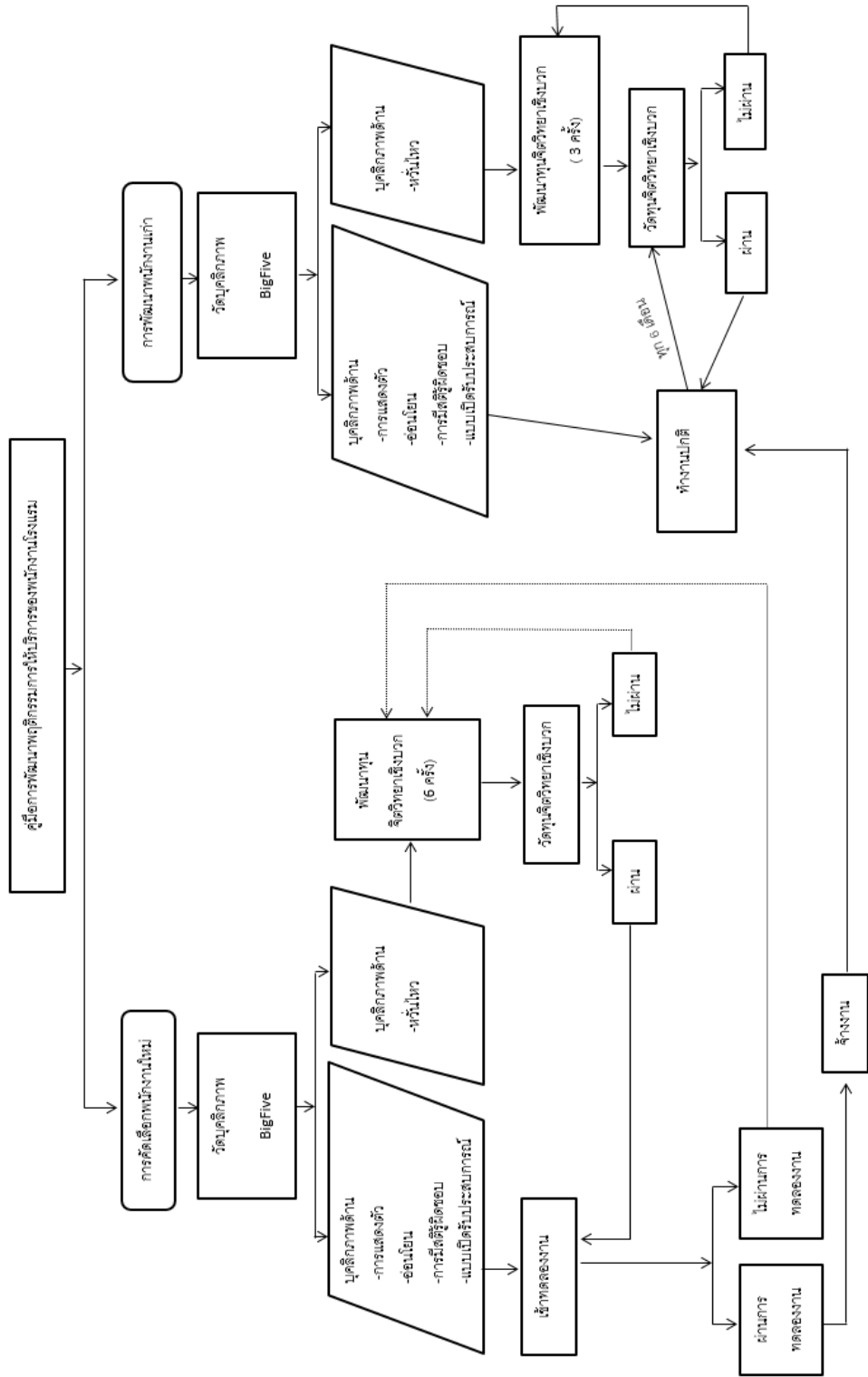
5) ทุนเชิงจิตวิทยาเชิงบวกในภาพรวม ได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมกรให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นพฤติกรรมกรให้บริการด้านความเชื่อมั่นไว้ใจได้ และ พฤติกรรมกรให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจากค่าอิทธิพลที่สูงที่สุดในมุมมองของพฤติกรรมกรให้บริการได้รับอิทธิพลจากทุนทางจิตวิทยาอะไรมากที่สุด พบว่า การฟื้นคืนภาวะปกติ เป็นทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อพฤติกรรมกรให้บริการทุกรายด้าน โดยมีระดับค่าอิทธิพลอยู่ที่ระหว่าง 3.29 -3.98

ผลการวิจัยระยะที่ 2

การพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม

จากผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลตามข้อ 1 โดยพิจารณาค่าอิทธิพลที่มีผลต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกมากที่สุดทั้งในภาพรวมและรายด้านพบว่า ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ ได้รับอิทธิพลสูงที่สุดจากพฤติกรรมกรให้บริการทั้งในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน นำไปสู่ข้อสรุปได้ว่า หากโรงแรมต้องการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงาน จึงควรพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ (PsyCap Resilience) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการออกแบบแผนการพัฒนาโดยรวม โดยมีขั้นตอนดังภาพข้างล่างนี้



แผนภาพแสดงการพัฒนาพฤติกรรมบริการให้บริการของพนักงานโรงแรม

จากแผนภาพสามารถอธิบายขั้นตอนพัฒนา โดยแบ่งการพัฒนาออกเป็น 2 กลุ่มตามประเภทพนักงาน คือ 1) การคัดเลือกพนักงานใหม่ และ 2) การพัฒนาพนักงานเก่าที่บรรจุทำงานในโรงแรมแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

การคัดเลือกพนักงานใหม่ มีขั้นตอนคือ

1. เมื่อมีผู้มาสมัครงาน ให้ฝ่ายบุคคลดำเนินการตามขั้นตอนปกติของการสมัครงาน โดยในขั้นตอนนี้ให้เพิ่มการวัดบุคลิกภาพด้วยโดยใช้แบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

2. การพิจารณาคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน ให้พิจารณาวัดผลตามมาตรฐานการคัดเลือกพนักงานบริการตามเกณฑ์ที่กำหนดก่อน จากนั้นนำมาประกอบกับผลการวัดลักษณะทางบุคลิกภาพ หากพบว่าบุคคลนั้นมีลักษณะบุคลิกภาพด้านใดด้านหนึ่งใน 4 ด้านได้แก่ บุคลิกภาพแบบแสดงตัว บุคลิกภาพแบบอ่อนโยน บุคลิกภาพแบบมีสติรู้ผิดชอบ และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ จะถือว่าให้ผ่านการพิจารณาให้เข้าสู่กระบวนการทดลองงานได้

3. แต่หากพบว่าบุคคลที่มาสมัครงานมี บุคลิกภาพด้านห้วนไหว จะต้องให้เข้าโปรแกรมพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวก ก่อน ถึงแม้ว่ามาตรฐานความสามารถด้านอื่นๆ จะผ่านเกณฑ์ของโรงแรมก็ตาม

4. สำหรับคนที่มีบุคลิกภาพ 4 ด้าน คือ บุคลิกภาพแบบแสดงตัว บุคลิกภาพแบบอ่อนโยน บุคลิกภาพแบบมีสติรู้ผิดชอบ และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ ที่เข้าสู่กระบวนการทดลองงานแล้ว ให้ดำเนินการประเมินผลทดลองงานตามขั้นตอนปกติของโรงแรม หากผ่านเกณฑ์การประเมินสามารถจ้างงานได้ แต่หากไม่ผ่านเกณฑ์ให้เข้ารับการพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวก

5. สำหรับบุคคลที่มีลักษณะทางบุคลิกภาพด้านห้วนไหว หลังจากเข้าโปรแกรมพัฒนา 6 ครั้ง ให้ทำการวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก หากผ่านเกณฑ์แล้วสามารถเข้าสู่กระบวนการทดลองงานได้ แต่หากไม่ผ่านเกณฑ์อาจให้โอกาสได้เข้ารับการพัฒนาซ้ำอีกรอบขึ้นอยู่กับดุลยพินิจและคุณสมบัติอื่นๆ เป็นกรณีรายบุคคล เมื่อบุคคลได้รับการจ้างเข้าทำงานตามปกติ จะเข้าวงจรของการพัฒนาพนักงานเก่า

การพัฒนาพนักงานเก่า มีขั้นตอนคือ

1. ให้พนักงานเก่าที่ทำงานในโรงแรมอยู่แล้วทำแบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เช่นเดียวกับขั้นตอนที่ 1 ของการคัดเลือกพนักงานใหม่ หากพบว่าพนักงานมีลักษณะบุคลิกภาพ ด้านใดด้านหนึ่งใน 4 ด้าน คือ บุคลิกภาพแบบแสดงตัว บุคลิกภาพแบบอ่อนโยน บุคลิกภาพแบบ มีสติรู้ผิดชอบ และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ ให้พนักงานกลุ่มนี้ทำงานตามปกติ
2. แต่หากพบว่าพนักงานคนใดมี *บุคลิกภาพด้านหวั่นไหว* ฝ่ายบุคคลควรให้เข้าสู่ โปรแกรมพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวก 3 ครั้ง พร้อมๆ กับการทำงานตามปกติ เมื่อครบกำหนด 3 ครั้ง ให้ทำการวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวกอีกครั้ง หากพบว่าทุนจิตวิทยาเชิงบวกผ่านเกณฑ์ให้ทำงาน ตามปกติโดยไม่ต้องเข้าโปรแกรม
3. เมื่อผ่านไปทุก 6 เดือน ให้ทำการตรวจวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวกพนักงานเก่าทุกคน เพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลง

รายละเอียดของแบบวัดที่จะนำมาใช้ และเกณฑ์การประเมินผล

1. แบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ทางโรงแรมสามารถใช้แบบวัดในงานวิจัยนี้ หรือดำเนินการจัดหาได้เองตาม ความสะดวก แต่ต้องเป็นแบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่มีความหมายในทิศทางเดียวกันกับ ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของแมคเคอร์และคอสต้า คือ 1) ด้านหวั่นไหว (Neuroticism) 2) ด้านการแสดงตัว (Extraversion) 3) ด้านเปิดรับประสบการณ์ (Openness) 4) ด้านอ่อนโยน (Agreeableness) และ 5) ด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) เป็นมาตราส่วนประเมิน ค่า 5 ระดับ ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัดตามเกณฑ์ที่ยอมรับทางวิชาการ

เกณฑ์การประเมินผล

- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-2.5 แสดงว่ามีบุคลิกภาพด้านนั้นต่ำ
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.6-3.5 แสดงว่ามีบุคลิกภาพด้านนั้นปานกลาง
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.6 ขึ้นไป แสดงว่ามีบุคลิกภาพด้านนั้นสูง

การแปลความหมาย

- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านใด แสดงว่า เป็นคนที่มีบุคลิกภาพด้านนั้น

2. แบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก

ทางโรงแรมสามารถใช้แบบวัดในงานวิจัยนี้ หรือดำเนินการจัดหาได้เองตามทีละดวง แต่ต้องเป็นแบบวัดที่สร้างขึ้นตามแนวคิดทุนจิตวิทยาเชิงบวกของลูธานส์ ซึ่งมี 4 องค์ประกอบ คือ 1) ความหวัง (PsyCap Hope) 2) การรับรู้ความสามารถ (PsyCap Efficacy) 3) การฟื้นคืนภาวะปกติ (PsyCap Resilience) และ 4) การมองโลกในแง่ดี (PsyCap Optimism) เป็นมาตราส่วนประเมินค่า 6 ระดับ ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัดตามเกณฑ์ที่ยอมรับทางวิชาการ ทั้งนี้ให้ทำการวัดเฉพาะการฟื้นคืนภาวะปกติ (PsyCap Resilience) เท่านั้น

เกณฑ์การประเมินผล: กรณีใช้แบบวัดในงานวิจัยนี้

ช่วงแรกของการประเมินผล โรงแรมสามารถใช้ชุดข้อมูลของงานวิจัยนี้ก่อน จนกว่าโรงแรมจะมีชุดข้อมูลเป็นของตนเอง และมีปริมาณข้อมูลที่มาก เป็นที่น่าเชื่อถือทางสถิติ เพื่อนำไปคำนวณหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งจะเป็นชุดข้อมูลของโรงแรมนั้นๆ เอง จนนำไปสู่การตัดเกณฑ์ 2 ระดับ คือ ทุนจิตวิทยาด้านการฟื้นคืนภาวะปกติสูง และ ทุนจิตวิทยาด้านการฟื้นคืนภาวะปกติต่ำ ซึ่งจะใช้เกณฑ์ตัดกลุ่ม คือ กลุ่มสูง ใช้เกณฑ์ ค่าเฉลี่ย +1SD กลุ่มต่ำ ใช้เกณฑ์ ค่าเฉลี่ย -1SD

สูตรการหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$SD = \sqrt{\frac{\sum(X-\bar{X})^2}{n}}$$

โดย \sum = ผลรวม

X = คะแนนของตัวอย่างคนที่ 1

\bar{X} = คะแนนเฉลี่ย

n = จำนวนตัวอย่าง

ดังนั้นในประเมินผลช่วงแรกให้อ้างอิงเกณฑ์จากงานวิจัยฉบับนี้ ดังนี้

- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.00 ขึ้นไป แสดงว่า มีทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติสูง
- ผู้ตอบที่ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยกว่า 2.99 แสดงว่า มีทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติต่ำ

เกณฑ์การประเมินผล

- กรณีใช้แบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวกฉบับอื่น (ที่เป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุไว้) ให้แปลผลตามเกณฑ์ของแบบวัดที่ฉบับนั้นๆ กำหนดไว้ โดยพิจารณาเกณฑ์สูง กับ เกณฑ์ต่ำ เท่านั้นการแปลความหมาย

- ผู้ตอบที่มีทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติสูง แสดงว่า ผ่าน
- ผู้ตอบที่มีทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติต่ำ แสดงว่า ไม่ผ่าน

รายละเอียดคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม

การพัฒนาพฤติกรรมกรบริการของพนักงานโรงแรม เมื่อพิจารณาอิทธิพลจากผลการวิจัยระยะที่ 1 พบว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนสภาพปกติ (PysCap Resiliency) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรให้บริการทั้งทุกด้านและโดยรวมสูงที่สุด เมื่อต้องการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการจึงต้องพัฒนาผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนสภาพปกติ โดยมีรายละเอียดการพัฒนาทั้งส่วนการคัดเลือกพนักงานใหม่และพัฒนาพนักงานเก่า ดังนี้

คู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว ผู้ใช้งานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล และหรือบุคคลภายนอกที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลเรื่องนี้

วัตถุประสงค์ของคู่มือ:

1. เพื่อใช้เป็นขั้นตอนการปฏิบัติในการพิจารณารับพนักงานใหม่เข้าทำงานในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ต้องพบปะลูกค้าโดยตรง
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางและข้อปฏิบัติในการพัฒนาพนักงานเก่าให้มีพฤติกรรมกรให้บริการที่ดี

คำแนะนำสำหรับผู้ใช้คู่มือ

1. คู่มือฉบับนี้ผู้ใช้มีความจำเป็นจะต้องมีความรู้พื้นฐานทางด้านจิตวิทยา บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบตามแนวคิดของคอสต้าหรือแนวคิดท่านอื่นที่มีนิยามศัพท์และการจัดกลุ่มในทิศทางเดียวกัน ทุนจิตวิทยาเชิงบวกตามแนวคิดของลูเทนส์หรือท่านอื่นที่มีนิยามศัพท์ในลักษณะเดียวกัน ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ มีความรู้ในเครื่องมือหรือวิธีการที่ใช้ในการพัฒนา (Intervention)
2. เป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น สามารถประคองแรงจูงใจ กระตุ้นสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้อื่นได้ สามารถเก็บความลับของผู้อื่นและเป็นทีไว้วางใจของผู้อื่นได้

3. ก่อนใช้คู่มือนี้ผู้ใช้ควรเตรียมตัวเองในอยู่ในภาวะที่พร้อมทางอารมณ์ ความคิด ทศนคติที่ดีต่อการพัฒนาผู้อื่น ในระหว่างใช้คู่มือควรพยายามจัดการอารมณ์ให้เกิดความปรารถนาดี เมตตาต่อผู้อื่น และหลังใช้ควรจะมีส่วนช่วยให้ผู้อื่นมีแรงจูงใจที่จะพัฒนาต่อไป อย่างไม่ย่อท้อ

4. คู่มือฉบับนี้มีความพิเศษกว่าคู่มือทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ เนื่องจากเป็นผู้มือที่พัฒนาตัวแปรทางจิตวิทยาซึ่งจะส่งผลต่อผู้ถูกพัฒนาให้มีคุณสมบัติที่ดีอย่างถาวร นั่นเท่ากับว่าผู้พัฒนานั้นไม่ได้แค่พัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพในการให้บริการภายในโรงแรมตัวเองเท่านั้น ยังสามารถช่วยเหลือให้บุคคลมีลักษณะนิสัยที่ดีติดตัวไปด้วย ซึ่งจะส่งผลให้พวกเขาประสบความสำเร็จในอีกหลายๆ ในการดำเนินชีวิต หากเป็นเช่นนี้แสดงว่าท่านเป็นผู้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างการเปลี่ยนแปลงนี้ นอกจากนี้ท่านได้ทำหน้าที่อย่างดีแล้ว ท่านยังเป็นผู้ให้ที่ยิ่งใหญ่อีกด้วย

5. ขอให้ท่านใช้คู่มือนี้อย่างระมัดระวังต่อความรู้สึกที่จะนำไปสู่ทิศทางลบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อผู้ที่ถูกพัฒนาโดยที่ท่านไม่ได้ตั้งใจ เพียงแค่ประโยคเดียวสั้นๆ หรือการแสดงออกทางกายเพียงเล็กน้อยของท่านอาจส่งผลเสียหรือดีไปยังผู้ถูกพัฒนาได้

แนวคิดหลักในการสร้างคู่มือ

การสร้างคู่มือครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดตามหลักการทางจิตวิทยา คือ มนุษย์จะไม่เปลี่ยนแปลงตัวเองหากตัวเองไม่ได้อะไรจากการเปลี่ยนแปลงนั้น และแรงจูงใจที่จะทำให้มนุษย์เกิดการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือ แรงจูงใจเกี่ยวกับความต้องการ 5 ชั้นตามลำดับ ของ อับราฮัม มาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ผนวกกับแนวคิดกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาการฟื้นคืนภาวะปกติ (PsyCap Resillence) ของลูธานส์ และแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือหรือวิธีการที่ใช้ในการพัฒนา (Intervention)

ตาราง 16 แสดงแผนการอบรมพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวกให้กับพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว

ครั้ง	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์/ทฤษฎี	ระยะเวลา
1	พัฒนาการเชื่อมโยงการตระหนักรู้คุณค่า ความเข้มแข็งทางจิตใจ เป้าหมายและความต้องการในชีวิตของตนเอง ที่เชื่อมโยงกับการทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน	มุ่งความสนใจสิ่งที่มีคุณค่า (Asset-Focused Strategies)	ไม่เกิน 3 ชั่วโมง
	วิธีการ ขั้นเริ่มต้น : ทำความรู้จัก สร้างความใกล้ชิดไว้ใจลดกำแพงความรู้สึกต่อการพัฒนา ขั้นพัฒนา : ให้ผู้เข้าอบรมบอกถึงเป้าหมายความต้องการที่เข้ามาทำงานในตำแหน่งที่สมัคร ขั้นสรุป : ให้ผู้เข้าอบรมมาแบ่งปันข้อสรุปที่เกิดขึ้นกับตัวเองให้เพื่อนๆ ฟัง	ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์	5-20 นาที 30 นาที
	สื่อ : กระดาษที่ไม่มีฟอรม, สมุดบันทึกประจำตัว		60 นาที
2	ค้นหาทัศนคติ มุมมองความคิด ที่มีต่อตำแหน่งงานที่สมัครและงานบริการ การบริหารเวลาระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว	มุ่งความสนใจสิ่งที่มีคุณค่า (Asset-Focused Strategies)	ไม่ เกิน 3 ชั่วโมง
	วิธีการ ขั้นเริ่มต้น : ทบทวนการฝึกอบรมครั้งที่ 1 เพื่อให้ทุกคนได้ระลึกถึงเป้าหมาย ความต้องการของตนเอง ขั้นพัฒนา : กระตุ้นตั้งคำถามว่ารู้สึกอย่างไรต่องานบริการ เพื่อสำรวจการรับรู้คุณค่าที่มีต่ออาชีพบริการของโรงแรม/ตำแหน่งงานที่สมัครเข้ามา ช่วยในการแลกเปลี่ยนมุมมอง และให้คำแนะนำ (Mentoring) ขั้นสรุป : ตัวผู้พัฒนาเป็นฝ่ายเล่าให้ฟังว่า ตอนแรกตัวเองรู้สึกอย่างไรต่อตำแหน่งงานที่สมัคร และตอนนี้ตัวเองรู้สึกอย่างไร เพื่อเป็นตัวอย่างและกำลังใจ		5-20 นาที 0 นาที
			0 นาที

ตาราง 16 (ต่อ)

ครั้ง	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์/ทฤษฎี	ระยะเวลา
	สื่อ : สมุดบันทึกประจำตัว, วิดีทัศน์		
3	เรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาพร้อมกัน	มุ่งสนใจไปที่กระบวนการ (Process-Focused Strategies)	ไม่เกิน 3 ชั่วโมง
	<p>วิธีการ</p> <p>ขั้นเริ่มต้น : ให้ผู้เข้าอบรมแต่ละคนสรุปใจความสำคัญจากครั้งที่ 1 และ 2 ว่าได้รู้จักตัวเองอย่างไร</p> <p>ขั้นพัฒนา : ให้ผู้เข้าอบรมนึกถึงปัญหาที่เคยประสบมาในการทำงาน และเขียนคำตอบว่าเลือกที่จะหลีกเลี่ยงปัญหา (Avoidance-coping) หรือ มุ่งเข้าสู่ปัญหา (Approach-coping) แล้วฝึกให้ผู้เข้าอบรมเผชิญกับสถานการณ์ปัญหาและวิเคราะห์หาทางเลือกในการแก้ปัญหา</p> <p>ขั้นสรุป : สรุปเนื้อหาทั้งหมดพร้อมชี้ให้เห็นว่าการแก้ปัญหานั้นนำไปสู่ความสำเร็จและความภูมิใจในการทำงานมากกว่าการหลีกเลี่ยงปัญหา</p>		<p>5-20 นาที</p> <p>0 นาที</p> <p>0 นาที</p>
	สื่อ : สมุดบันทึกประจำตัว		
4-6	ให้ใช้วิธีการพัฒนานวนซ้ำ ตั้งแต่ครั้งที่ 1-3 ใหม่ เพื่อเป็นการตอกย้ำและสร้างความถี่ (Frequency)	(การวนครั้งที่ 4-6 เฉพาะสำหรับพนักงานใหม่เท่านั้น)	

รายละเอียดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวกสำหรับพนักงานโรงแรม ระดับ 3 ดาว

สำหรับพนักงานใหม่เพื่อการคัดเลือกเข้าทดลองงาน ฝึกอบรมจำนวน 6 ครั้ง

ครั้งที่ 1: พัฒนาการเชื่อมโยงการตระหนักรู้คุณค่า ความเข้มแข็งทางจิตใจ เป้าหมายและความต้องการในชีวิตของตัวเอง ที่เชื่อมโยงกับการทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน

เวลา: ประมาณไม่เกิน 3 ชั่วโมง (ขึ้นอยู่กับผู้เข้าอบรม)

กลยุทธ์ที่ใช้: มุ่งความสนใจสิ่งที่มีคุณค่า (Asset-Focused Strategies)

วิธีการ:

ขั้นเริ่มต้น: (เวลา 15-20 นาที) ผู้พัฒนาเข้าไปในห้องฝึกอบรมอย่างเป็นมิตร ใบน้ำยิ้มแย้มแจ่มใส กล่าวต้อนรับทักทายผู้เข้าอบรมด้วยความจริงใจ สัมผัสได้ถึง การมีความปรารถนาดีต่อผู้เข้าอบรม ทำความรู้จักกับผู้เข้าอบรมอย่างเป็นมิตร จำเป็นต้องจำชื่อผู้เข้าอบรมให้ได้ทุกคน ขออนุญาตเรียกชื่อเล่นผู้เข้าอบรมเพื่อสร้างความใกล้ชิดอันนำไปสู่ความเป็นกันเอง ทำให้ผู้เข้าอบรมไว้วางใจได้อย่างมั่นใจ เพื่อลดกำแพงทางความรู้สึก

ขั้นการพัฒนา: (เวลา 90 นาที) ผู้พัฒนาสอบถามเป้าหมายและความต้องการที่จะทำงานในตำแหน่งที่สมัคร อธิบายเนื้อหา/แนวคิดแรงจูงใจตามธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ เพื่อเป็นการกำหนดเป้าหมายโดยใช้ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์เป็นฐานในการวิเคราะห์ โดยให้กระดาษที่ไม่ต้องมีฟอร์มตายตัว เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมมีอิสระทางความรู้สึก ในกิจกรรมครั้งนี้ผู้เข้าอบรมต้องตอบตัวเองได้ว่าเป้าหมายของตนคืออะไร แล้วเป้าหมายนั้นอยู่ในลำดับขั้นใดตามทฤษฎีของมาสโลว์ มีความเชื่อมโยงกับตำแหน่งงานที่สมัครอย่างไร หลังจากนั้นให้ผู้เข้าอบรมระลึกถึงการใช้ชีวิตในวัยที่ผ่านมา ซึ่งมีทั้งสุขและทุกข์ โดยหาเหตุว่าการนำมาซึ่งความสำเร็จความสุขนั้นเขาต้องผ่านอะไรมาบ้าง และเขาผ่านสิ่งเหล่านั้นมาได้ด้วยวิธีการใด เลือกลงเฉพาะเหตุการณ์ที่ตัวเขาคิดว่าเป็นประสบการณ์ที่เขารู้สึกภูมิใจ มีค่า ในการผ่านพ้นมันมาได้

ขั้นสรุป: (เวลา 60 นาที) ในขั้นนี้ทุกคนจะมีเรื่องราวเป็นของตัวเอง ประกอบด้วย เป้าหมายในการใช้ชีวิตที่เชื่อมโยงกับการทำงาน การรับรู้คุณค่าในตัวเอง และวิธีการเฉพาะที่ตัวเองใช้เพื่อปรับจิตใจให้เข้มแข็งเวลาที่เจอกับปัญหา/อุปสรรคในชีวิต

กิจกรรม: ผู้พัฒนาให้ผู้เข้าอบรมมาแบ่งปันข้อสรุปที่เกิดขึ้นกับตัวเองให้เพื่อนๆ ฟัง และจัดกลุ่มแสดงให้เห็นว่ามนุษย์เราทุกคนย่อมมีปัญหาคือต้องฝ่าฟันเพื่อเป้าหมายและการประสบความสำเร็จทั้งเพื่อตัวเราและคนที่เรารัก สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่เรื่องแปลกที่จะต้องปกปิดไว้

หากเราเรียนรู้ที่จะเปิดเผยเรื่องราวที่เราเผชิญมามันกลับทำให้เกิดกำลังใจต่อทั้งตัวเราและผู้รับฟัง พร้อมทั้งเล่าเรื่องราวของตัวเองที่เกิดขึ้นจริงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความจริงใจที่มีต่อผู้เข้าอบรมและแสดงให้เห็นว่าแม้กระทั่งผู้เข้าอบรมเองก็เคยผ่านประสบการณ์นี้มาก่อน แล้วพูดสรุปเพื่อให้ความมั่นใจว่าผู้เข้ารับการอบรมทุกคนจะสามารถเปลี่ยนแปลง ควบคุม แก้ไข สถานการณ์ที่อาจสร้างความรู้สึกไม่ดี ให้กลับคืนมาสู่ความรู้สึกปกติได้ เมื่อฝึกหัดไปเรื่อยๆ พวกเขาจะชำนาญและเก่งขึ้นให้ผู้พัฒนาเก็บข้อมูลของตัวเองที่เขียนไว้ นำมาด้วยในครั้งที่ 2

ครั้งที่ 2: ค้นหาทัศนคติ มุมมองความคิด ที่มีต่อตำแหน่งงานที่สมัครและงานบริการ การ

บริหารเวลาระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว

เวลา: ประมาณไม่เกิน 3 ชั่วโมง (ขึ้นอยู่กับผู้เข้าอบรม)

กลยุทธ์ที่ใช้: มุ่งความสนใจสิ่งที่มีคุณค่า (Asset-Focused Strategies)

วิธีการ:

ขั้นเริ่มต้น: (เวลา 15-20 นาที) ผู้พัฒนาเข้าไปในห้องฝึกอบรมด้วยลักษณะทางบุคลิกภาพเหมือนเช่นครั้งที่ 1 กล่าวคำทักทายผู้เข้าอบรมด้วยความห่วงใย ถามไถ่ชวนพูดคุยเรื่องราวที่เป็นสถานการณ์ในขณะนั้น เช่น ช่วงนี้ฝนตก เดินทางมาสะดวกมั๊ยคะ? ได้ดูข่าวเรื่องการบริการในโรงแรม...มั๊ยคะ? นื่องๆ/พีๆ /คุณคิดว่าเป็นอย่างไรบ้างคะ? ทบทวนการฝึกอบรมครั้งที่ 1 เพื่อให้ทุกคนได้ระลึก (Recapture) ถึงเป้าหมาย ความต้องการของตัวเอง และเหตุการณ์ที่ได้สรุปไปแล้วเมื่อครั้งก่อน

ขั้นการพัฒนา: (เวลา 90 นาที) ผู้พัฒนาต้องกระตุ้นให้เกิดการตั้งคำถามต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้เข้าอบรมว่ารู้สึกอย่างไรต่องานบริการ เป็นการสำรวจการรับรู้คุณค่าที่มีต่ออาชีพบริการของโรงแรม/ตำแหน่งงานที่เขาสมัครเข้ามา เพื่อช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมอง (Exchange) การให้คำแนะนำจากกลุ่ม/ผู้พัฒนา (Mentoring) เพื่อหวังผลให้เกิดการมองโลกในแง่ดี การรับรู้ความสามารถของตน ความหวัง อันจะส่งผลเชื่อมโยงสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการฟื้นคืนภาวะปกติ ส่งผลให้จิตใจมีความเข้มแข็งมากขึ้น เมื่อต้องเผชิญกับเหตุการณ์ที่เลวร้ายในการทำงาน/อื่นๆ เกี่ยวกับข้อ ผู้พัฒนาให้ผู้เข้าอบรมเขียนตำแหน่งที่ตนเองสมัคร และให้เห็นผล (ในเชิงความรู้สึก) ว่าในความคิดของตัวเองตำแหน่งนี้มีคุณค่าต่อผู้อื่นและตนเองอย่างไร ตัวเองมีความภูมิใจมากน้อยแค่ไหน เป็นกระบวนการค้นหาคุณค่าที่เชื่อมโยงกันระหว่างการรับรู้คุณค่าของ

ตนเองกับคุณค่าของงานในตำแหน่งนั้นๆ เพื่อแสดงให้เห็นว่าเค้าสามารถมองเห็นสิ่งเหล่านี้มากน้อยแค่ไหน ในทิศทางใด

กิจกรรม: นำวิดีโอที่สั้นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของตำแหน่งงานที่สังคมอาจมองข้ามว่าไม่มีคุณค่า เช่น แม่บ้าน พนักงานเสิร์ฟ มาทำการวิเคราะห์และชี้ให้เห็นว่าตำแหน่งเหล่านี้สร้างความสุขในกระบวนการให้บริการในโรงแรมได้อย่างไร เป็นต้น

ขั้นสรุป: (เวลา 60 นาที) ให้ผู้พัฒนาแต่ละคนเล่าให้ฟังว่า ตอนแรกตัวเองรู้สึกอย่างไรต่อตำแหน่งงานที่สมัคร และตอนนี้ตัวเองรู้สึกอย่างไร โดยให้เล่าตามความเป็นจริงอย่างเปิดเผย ไม่จำเป็นต้องปิดบัง ผู้พัฒนาจะต้องแสดงให้เห็นว่าสิ่งเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องถูกพัฒนาขึ้นโดยเร็วพริบตา ในความเป็นจริงแล้วในหลายๆ ครั้งและหลายๆ คน ต้องการอาศัยเวลาในการพัฒนาสิ่งเหล่านี้ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละคนเผชิญมา จึงไม่ใช่เรื่องแปลกหากการขยับตัวทางความรู้สึกจะเป็นไปด้วยความเชื่องช้า/อาจไม่ขยับตัวเลยในครั้งแรกๆ ก็เป็นได้ จึงไม่จำเป็นต้องปิดบังความรู้สึกที่แท้จริงต่อสิ่งนี้ หลังจากเสร็จกระบวนการนี้จนครบทุกคนที่เข้าอบรม ผู้พัฒนาจะต้องให้ผู้เข้าอบรมเก็บข้อมูลของตัวเองที่เขียนเอาไว้ตั้งแต่ครั้งที่ 1 ครั้งที่ 2 เพื่อสะสมการรับรู้ การรู้จักตัวเองเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ครั้งที่ 3: เรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาพร้อมกัน

เวลา: ประมาณไม่เกิน 3 ชั่วโมง (ขึ้นอยู่กับผู้เข้าอบรม)

กลยุทธ์ที่ใช้: มุ่งสนใจไปที่กระบวนการ (Process-Focused Strategies)

วิธีการ:

ขั้นเริ่มต้น: (15-20 นาที) ผู้พัฒนาเข้าไปในห้องฝึกอบรมด้วยลักษณะทางบุคลิกภาพเหมือนเช่นครั้งที่ 1 กล่าวคำทักทายผู้เข้าอบรมด้วยความห่วงใย ให้ผู้เข้าอบรมแต่ละคนสรุปใจความสำคัญจากการเรียนรู้จักตัวเอง) จากครั้งที่ 1 และ 2 รวมกัน ว่าที่ได้มีกิจกรรมไปแล้ว 2 ครั้งนั้น ผู้เข้าอบรมได้รู้จักตัวเองอย่างไรบ้าง(ให้เวลารวบรวมความคิดประมาณ 5 นาที) หลังจากนั้นจึงออกมาเล่าให้เพื่อนๆ ฟัง จนครบทุกคน ผู้พัฒนาสรุปให้เห็นว่าเรื่องที่พวกเขาเป็นไม่ใช่เรื่องที่เป็นปัญหามากมายจนแก้ไขไม่ได้ ทุกคน (ในที่นี้และอาจจะอีกหลายคนที่ไม่รู้) อาจมีปัญหาเช่นเดียวกับเราก็ได้ แต่เราโชคดีที่ได้มีโอกาสมาเรียนรู้และพัฒนามันพร้อมกัน เพื่อไปสู่เป้าหมายสำคัญของเราที่ตั้งไว้

ขั้นการพัฒนา: (90 นาที) ผู้พัฒนาให้ผู้เข้าอบรมนึกถึงปัญหาที่เคยประสบมาในการทำงาน (ถ้าใครที่เคยทำงานโรงแรมมาแล้วก็นึกถึงปัญหาที่เกิดขึ้นที่โรงแรม แต่ถ้าใครยังไม่เคยทำงานโรงแรมก็นึกถึงปัญหาใดก็ได้) ผู้พัฒนาแจกกระดาษ (ไม่ต้องมีฟอรม) และให้ผู้เข้าอบรมเขียนคำตอบว่าในการประสบปัญหาครั้งนั้นผู้เข้าอบรมเลือกที่จะตัดสินใจหลีกเลี่ยงปัญหา (Avoidance-coping) หรือ มุ่งเข้าสู่ปัญหา (Approach-coping) แล้วผู้พัฒนาจึงฝึกให้ผู้เข้าอบรมเผชิญกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เป็นปัญหา โดยเขียนวิเคราะห์ 5 ขั้นตอน คือ 1) ระบุปัญหา 2) วิเคราะห์สาเหตุ 3) กำหนดและหาทางเลือกในการแก้ปัญหา 4) ตัดสินใจเลือกวิธีที่ทำได้ มีข้อเสียน้อยที่สุด และ 5) เขียนว่าจะลงมือปฏิบัติการแก้ไขปัญหานั้น โดยทุกคนจะต้องเขียนในลักษณะเล่าเรื่องให้เพื่อนสามารถเห็นเหตุการณ์เหล่านี้ในจินตนาการได้ หลังจากนั้นจึงออกมาเล่าเรื่อง และให้ผู้ฟังช่วยกันแสดงมุมมองความคิดเห็นว่าสิ่งที่ผู้เล่าเรื่องตัดสินใจทำนั้นมีจุดอื่นๆ ที่จะเสริมเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร เพื่อให้เหตุการณ์เหล่านั้นเกิดการแก้ปัญหาที่ดีมากยิ่งขึ้น

ขั้นสรุป: (เวลา 60 นาที) ผู้พัฒนาทำการสรุปเนื้อหาทั้งหมดพร้อมทั้งชี้แจงให้เห็นว่าการแก้ปัญหานั้นนำไปสู่ความสำเร็จและความภาคภูมิใจในการทำงานมากกว่าการเลือกที่จะหลีกเลี่ยงปัญหา เมื่อเราผ่านพ้นมันไปได้ แล้วมองย้อนหลังกลับไปจะเห็นว่าปัญหานั้นเล็กหรือใหญ่ (ถามผู้เข้าอบรม) หลังจากนั้นจึงให้ผู้เข้าอบรมทุกคนสรุปเนื้อหาทั้งหมดที่เข้าร่วมเรียนรู้ด้วยกัน เล่าให้กันฟัง เพื่อทำให้เกิดบรรยากาศของการให้กำลังใจซึ่งกันและกัน และเป็นการส่งเสริมให้เห็นคุณค่าของสัมพันธภาพ (ซึ่งจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์มุ่งความสนใจที่สิ่งที่มีคุณค่า: กลยุทธ์ที่ใช้ในครั้งที่ 1 ของการพัฒนา)

ครั้งที่ 4 – 6: ให้ใช้วิธีการพัฒนานวนซ้ำ ตั้งแต่ครั้งที่ 1-3 ใหม่ เพื่อเป็นการตอกย้ำ และสร้างความถี่ (Frequency) ให้ผู้เข้าอบรมมุ่งมั่นต่อสิ่งที่จะทำ เป็นการฝึกความเข้มแข็งของจิตใจ และต้องการเผชิญปัญหา เพื่อให้นำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการประสบความสำเร็จ แต่เนื้อความอาจเปลี่ยนแปลงบ้างเป็น เช่น เหตุการณ์ที่ผู้เข้าอบรมเผชิญปัญหาอาจเป็นเหตุการณ์ใหม่ (ไม่ซ้ำกับครั้งที่ 1 และ 3) ซึ่งยังอยู่บนเป้าหมายโครงสร้างของการพัฒนาเดิม

หมายเหตุ

สำหรับการพัฒนาสำหรับพนักงานเก่า ให้ใช้แผนการอบรมแบบเดียวกันกับพนักงานใหม่ แต่ทำเพียง 3 ครั้งแรก โดยไม่ต้องวนซ้ำครั้งที่ 4-6 เนื่องจากพนักงานเก่าต้องทำงานประจำตามตำแหน่งของตน จึงมีการจัดเวลาในวันหยุด เพื่อให้พนักงานเก่าเข้าสู่โปรแกรมเช่นเดียวกับพนักงานใหม่ คือ ครั้งละ 3 ชั่วโมง (ในวันหยุดงานของพนักงาน หรือ ตามเวลาที่จัดสรรได้)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การทดสอบทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมและคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม” โดยเป็นการวิจัยที่มีสองระยะ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเหตุและผลของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก โดยมีความมุ่งหมายย่อ ดังนี้

1.1 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านห้วนไหว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

1.2 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านการแสดงตัว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

1.3 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

1.4 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านอ่อนโยน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

1.5 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุของบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก

2. เพื่อสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม

การวิจัยระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ในการวิเคราะห์เชิงสาเหตุ และใช้ค่าอิทธิพล (Effect Size) ในการเปรียบเทียบกลุ่มพนักงานที่มีพฤติกรรมกรให้บริการสูงและกลุ่มพนักงานที่มีพฤติกรรมกรให้บริการต่ำต่อการมีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานโรงแรมระดับปฏิบัติการในโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของสมาคมโรงแรมไทย ปี พ.ศ. 2559-2560 และมีตำแหน่งงานที่ต้องพบปะและให้บริการลูกค้าจำนวน 350 คน จาก 31 โรงแรม โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage random sampling) วิธีการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ตอนที่ 2 เป็นตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 3 ตัวแปร ประกอบด้วย แบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ แบบวัดทุนทาง

จิตวิทยาเชิงบวก และพฤติกรรมกรให้บริการ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยระยะที่หนึ่งไปใช้ในการวิจัยระยะที่สองเพื่อสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการต่อไป

การวิจัยระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่สอง โดยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคู่มือ แนวคิดการพัฒนาทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกและการพัฒนาบุคลากรสายงานโรงแรม จากนั้นจึงนำมาบูรณาการร่วมกับผลการวิจัยระยะแรก เพื่อสร้างชุดคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการ จากนั้นจึงนำเสนอคู่มือให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านในการพิจารณาคุณภาพของคู่มือและปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและนำเสนอให้แก่ผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งหลังจากปรับปรุงแล้ว

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยระยะที่ 1

วัตถุประสงค์การวิจัยในระยนี้ คือ เพื่อทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเหตุและผลของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมโดยผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพทั้งห้าด้านส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก โดยมีบุคลิกภาพ 4 ด้าน ที่ส่งผลทางอ้อมในทางบวก คือ ด้านการแสดงตัว ด้านเปิดรับประสบการณ์ ด้านอ่อนโยน และด้านการมีสติรู้ผิดชอบ โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .10, .05, .10 และ .06 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, .1, .001 และ .05 ตามลำดับ มีเพียงตัวแปรบุคลิกภาพด้านหัวนไหว ตัวเดียวเท่านั้น ที่ส่งผลทางอ้อมในทางลบ โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ -.13 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ข้อค้นพบนี้ผู้วิจัยถือว่ามีความสำคัญยิ่ง เพราะการศึกษา การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าให้เห็นว่าบุคลิกภาพซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ค่อนข้างถาวร เปลี่ยนแปลงได้ยาก ส่งผลต่อพฤติกรรมได้อย่างไร ในขณะที่ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (PsyCap) เป็นลักษณะของบุคคลที่พัฒนาได้ ซึ่งมีลักษณะที่เรียกว่า กระบวนการปรับตัวทางคุณลักษณะ (Characteristic Adaptation:CA) (McCrae; & Costa. 2003) ผลของงานวิจัยนี้สามารถอธิบายได้ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของบุคลิกภาพจนถึงปลายทางของการเกิดพฤติกรรม การวิจัยที่พยายามอธิบายบุคลิกภาพ ผ่านตัวแปรเชื่อมแทรก (mediator) ไปสู่พฤติกรรมและพบว่า ตัวแปรเชื่อมแทรก ประกอบด้วย ทุนทางสังคมได้แก่ การแลกเปลี่ยนข้อมูลและความสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ สามารถอธิบายเชื้อระหว่างบุคลิกภาพและความตั้งใจที่จะลาออกได้ (Yang, et al.,2011)

ผลวิจัยที่พบว่าบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีค่าเป็นลบ อธิบายได้ว่า บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) ซึ่งเป็นบุคคลที่มีแนวโน้มจะเกิดความรู้สึกทางลบ เกิดความทุกข์ได้ง่าย เนื่องจากมีอาการแปรปรวนขาดความคิดที่มีเหตุมีผล จัดการกับความเครียดได้ไม่ดีนัก และเสี่ยงที่จะมีปัญหาทางจิตบางประเภท ด้วยลักษณะที่กล่าวมานี้มีความตรงกันข้ามกับคุณลักษณะของบุคคลที่มีทุนจิตวิทยาเชิงบวก กล่าวได้ว่าคนที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวสูง มีแนวโน้มจะเกิดทุนจิตวิทยาเชิงบวกน้อย ซึ่งจะส่งผลให้พฤติกรรมการบริการไม่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่าบุคลากรที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว จะมีความล้มเหลวจัดการกับความเครียด ประสบปัญหาในการควบคุมตนเอง มีพฤติกรรมการทำงานที่ไม่คงเส้นคงว มีพฤติกรรมขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน (Yildiz. 2017) ดังนั้นผลวิจัยนี้ระบุว่า หากมีผู้มาสมัครงานโรงแรมในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ต้องพบปะโดยตรงกับลูกค้า มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวกก่อนเข้าทดลองฝึกงาน หรือกระทั่งพนักงานเก่าที่ทำงานอยู่แล้วหากตรวจพบว่ามีบุคลิกภาพด้านหวั่นไหวก็ควรให้เข้ารับการพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้วย

สำหรับบุคลิกภาพอีก 4 ด้าน คือ ด้านการแสดงตัว ด้านเปิดรับประสบการณ์ ด้านอ่อนโยน และด้านการมีสติรู้ผิดชอบ พบว่าส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการให้บริการผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก อธิบายได้ว่า ลักษณะนิสัยต่างๆ ของคนกลุ่มนี้ ยกตัวอย่างเช่น ชอบเข้าสังคม กระตือรือร้น กล้าแสดงออก รั้าเริง มองโลกในแง่ดี มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น มองประโยชน์ของผู้อื่นเป็นหลัก มีความตั้งใจแน่วแน่ที่จะทำงานให้สำเร็จ ควบคุมตนเองได้ วางแผนและจัดระเบียบในการทำงานจนสำเร็จ ตรงต่อเวลาและเชื่อถือได้ เป็นต้น ซึ่งด้วยลักษณะนิสัยพื้นฐานเหล่านี้ของบุคคลทั้ง 4 กลุ่มนี้ เป็นลักษณะที่เป็นทิศทางเดียวกันกับทุนจิตวิทยาเชิงบวก นั่นคือ เป็นบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความหวัง มองโลกในแง่ดี และสามารถฟื้นคืนภาวะปกติได้ หากเจอสถานการณ์ที่เลวร้ายหรือปั่นป่วนจิตใจ จึงสอดคล้องกับคุณสมบัติของพนักงานโรงแรมที่ต้องพบปะลูกค้าโดยตรง ทำให้ส่งผลดีต่อพฤติกรรมการให้บริการ โดยบุคลิกภาพทั้ง 4 ด้านนี้ มีความเหมาะสมต่อพฤติกรรมการให้บริการในระดับต่างกัน คือ ด้านการแสดง ด้านอ่อนโยน มีความเหมาะสมมากที่สุดต่อพฤติกรรมการให้บริการที่ดีเช่นเดียวกัน คือ ส่งผลต่อพฤติกรรมที่ .10 ถัดมาคือ ด้านการมีสติรู้ผิดชอบ และด้านเปิดรับประสบการณ์ โดยมีความเหมาะสมต่อพฤติกรรมการให้บริการที่ .06 และ .05 ตามลำดับ จากข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่า หากโรงแรมจะคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานในตำแหน่งที่ต้องพบปะลูกค้าโดยตรง ควรคัดเลือกผู้มาสมัครงานที่มีบุคลิกภาพด้านการแสดงตัวและอ่อนโยนเป็นอันดับต้น โดยคนที่มีบุคลิกภาพด้านนี้จะสามารถมีพฤติกรรมการ

ให้บริการที่ดีกว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านอื่น ซึ่งลักษณะนิสัยทางบุคลิกภาพพื้นฐานที่คนด้านนี้เป็นเมื่อผนวกกับลักษณะทางทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกส่งผลทำให้สามารถทำนายพฤติกรรมกรให้บริการได้ร้อยละ 14 โดยคนที่มีบุคลิกภาพทั้ง 2 ด้านนี้ จะได้รับการพัฒนาทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกหรือไม่ก็ได้ เนื่องจากมีคุณสมบัติโดยรวมเพียงพอต่อการมีพฤติกรรมกรให้บริการที่ดี ลำดับถัดมาที่จะคัดเลือกคือ บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบและด้านเปิดรับประสบการณ์ตามลำดับ โดยคนทั้ง 2 กลุ่มนี้ จะได้รับการพัฒนาทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกหรือไม่ก็ได้เช่นกัน แต่หากให้เกิดผลดียิ่งขึ้นไปควรได้รับการพัฒนาทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกด้วย ซึ่งวิธีการพัฒนาทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกผู้วิจัยได้ให้รายละเอียดไว้ในการวิจัยระยะที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 2 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบหรือองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งส่งผลทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพห้าด้านส่งผลต่อทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก โดยมี บุคลิกภาพเพียงด้านเดียวที่ส่งผลในทางลบ คือ ด้านหวุนไหว ที่ส่งผลต่อทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ $-.36$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกได้ร้อยละ 13 นอกจากนั้นอีก 4 ด้าน ส่งผลต่อทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก คือ ด้านอ่อนโยน ด้านการแสดงตัว ด้านเปิดรับประสบการณ์ และด้านการมีสติรู้ผิดชอบ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ $.29$, $.27$, $.16$ และ $.13$ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$, $.001$, $.001$ และ $.01$ ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกได้ร้อยละ 8, 7, 2 และ 3 ตามลำดับ ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับ Dewal & Kumar (2017) ที่ทำการศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก ในผู้ประกอบกร 124 คน พบว่าบุคลิกภาพบางด้านเท่านั้นที่ส่งผลต่อทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก คือ บุคลิกภาพด้านหวุนไหว (Neuroticism) ส่งผลทางลบต่อทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก ($\beta = -.23$, $p < .05$) และสอดคล้องกับ Bozgeyikli (2017) ได้ศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกในกลุ่มอาจารย์ 416 คน พบว่า บุคลิกภาพด้านหวุนไหว ส่งผลทางลบต่อการมองโลกในแง่ดี (Resilience) ($\beta = -.23$, $p < .05$) และส่งผลทางลบต่อการมองโลกในแง่ดี (Optimism) ($\beta = -.336$, $p < .05$) สามารถอธิบายได้ว่า ลักษณะของบุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านหวุนไหว ซึ่งเป็นคนที่เกิดความทุกข์ได้ง่าย มีแนวโน้มที่จะมีอาการทางลบ ขาดเหตุผล จัดกรกับความเครียดไม่ดี จึงส่งผลต่อการมองโลกในแง่ไม่ดี ไม่มีความคาดหวังว่าสิ่งดีๆ จะเกิดขึ้นกับตนเองในอนาคต และเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เป็นปัญหา เป็นความทุกข์ มีความล้มเหลว หรือเกิดข้อขัดแย้งไม่สามารถจัดการอารมณ์ของตนให้ฟื้นคืนภาวะปกติได้ สำหรับบุคลิกภาพอีก 4 ด้าน ที่

ส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวกในทิศทางบวกนั้นก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bozgeyikli (2017) ที่พบว่า บุคลิกภาพทั้ง 4 ด้าน ส่งผลต่อทุนจิตวิทยาเชิงบวกในกลุ่มอาจารย์ของโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการในทิศทางบวก และสอดคล้องกับ Dewal & Kumar (2017) ที่พบว่า บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion; $\beta = .21, p < .05$), บุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง (Openness to Experience; $\beta = .29, p < .01$) ส่งผลต่อผู้ประกอบการในทิศทางบวก และยังสอดคล้องกับ Coomer (2016) ที่พบว่า บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) ที่ส่งผลต่อทุนทางจิตวิทยา ในกลุ่มพนักงานขายจากภาคประกันภัยอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($\beta = .518$) จากผลการวิจัยที่พบทั้งหมดข้างต้นนี้ พอสรุปได้ว่า บุคลิกภาพทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านอ่อนโยน ด้านการแสดงตัว ด้านเปิดรับประสบการณ์ และด้านการมีสติรู้ผิดชอบ ซึ่งมีลักษณะเป็นบุคคลที่ ชอบเข้าสังคม กล้าแสดงออก เห็นอกเห็นใจผู้อื่น กระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือผู้อื่น มีการวางแผนและควบคุมตนเองในการจัดระเบียบการทำงาน มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ เป็นคนที่เต็มใจด้วยจินตนาการ สามารถจัดการอารมณ์ทางบวกและทางลบของตัวเองได้ดี คุณลักษณะเหล่านี้สอดคล้องกับการมีทุนจิตวิทยาเชิงบวกนั่นคือ เป็นบุคคลที่มองโลกในแง่ดี เชื่อว่าสิ่งต่างๆ จะดีขึ้น มีความหวัง ซึ่งจะทำให้เกิดแรงจูงใจในทางบวกที่จะขับเคลื่อนเป้าหมายให้สำเร็จ มีการรับรู้ความสามารถของตนเอง ว่าตนจะสามารถทำงานใดๆ ให้สำเร็จได้และเมื่อมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์มากระทบอารมณ์ความรู้สึกก็จะสามารถควบคุมจัดการอารมณ์ของตนให้ฟื้นคืนภาวะปกติได้อย่างรวดเร็ว

สมมติฐานข้อที่ 3 ทุนจิตวิทยาเชิงบวกทั้งสี่ด้านหรือด้านใดด้านหนึ่งหนึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการให้บริการทั้งห้าด้านหรือด้านใดด้านหนึ่ง ผลการวิจัยซึ่งมีโมเดลทางเลือก 5 โมเดลตามตัวแปรเชิงสาเหตุคือ บุคลิกภาพ 5 ด้าน ประกอบด้วย โมเดลที่มีตัวแปรบุคลิกภาพด้านห้วนไหว (โมเดลที่ 1) โมเดลที่มีตัวแปรบุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (โมเดลที่ 2) โมเดลที่มีตัวแปรบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์ (โมเดลที่ 3) โมเดลที่มีตัวแปรบุคลิกภาพด้านอ่อนโยน (โมเดลที่ 4) และ โมเดลที่มีตัวแปรบุคลิกภาพด้านการมีสติรู้ผิดชอบ (โมเดลที่ 5) พบว่า ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positivepsy) มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการให้บริการ (Behser) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .37, .38, .38, .35 และ .38 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001ทุกโมเดล ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เจตลักษณะนา เสนิงส์ ณ อยุธา (2559: 107) ได้ศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผู้พันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี จำนวน 217 คน พบว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกส่งผลต่อ

คุณภาพการบริการ ($\beta = .81, p < .001$) สอดคล้องกับการศึกษาอิทธิพลของทุนทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรซึ่งมุ่งเน้นการให้บริการ (Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior) Lee, Hsiao, & Chen (2017) และ Hsiao, Lee, & Chen (2015) พบรูปแบบอิทธิพลนี้ ($\beta = .67, p < .001$) ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 493 คน (ประกอบด้วยพนักงานจำนวน 190 คน และลูกค้าจำนวน 303 คน) จากโรงแรมไน้ได้หวัน และสอดคล้องกับ Bouzari & Karatepe (2017) พบรูปแบบของอิทธิพลนี้ ($\beta = .51, p < .01$) ในกลุ่มพนักงานชายของโรงแรมระดับสี่ถึงห้าดาวจำนวน 187 คน ในเมืองเตหะราน ประเทศอิหร่าน และยังสอดคล้องกับวิจัยที่ได้ศึกษาอิทธิพลของทุนทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมกรรมการบริการ (Service Innovation behavior) ในหัวข้อนี้ Kim, Karatepe, & Lee (2018) พบรูปแบบอิทธิพลนี้ ($\beta = .47, p < .001$) ในกลุ่มพนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมห้าดาว จำนวน 314 คน จาก 15 โรงแรมในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ และ Schuckert, Kim, Paek, & Lee (2018) พบรูปแบบอิทธิพลนี้ ($\beta = .28, p < .001$) ในกลุ่มพนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมห้าดาว จำนวน 336 คน จาก 15 โรงแรมในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ สำหรับการศึกษานี้ของทุนทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความสามารถในการแก้ปัญหาจากความผิดพลาดที่เกิดจากการให้บริการ (Service Recovery Performance) Kim, Karatepe, Lee, Lee, Hur, & Xijing (2017) พบรูปแบบอิทธิพลนี้ ($\beta = .35, p < .001$) ในกลุ่มพนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมห้าดาวจำนวน 288 คน จาก 10 โรงแรมในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ จากข้อมูลงานวิจัยทั้งหมดที่สอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า บุคคลที่มีทุนจิตวิทยาเชิงบวก คือ การมองโลกในแง่ดี การมีความหวัง การรับรู้ความสามารถของตน และการฟื้นคืนภาวะปกติ มีคุณสมบัติทางบุคลิกภาพ (ในสิ่งที่พัฒนาได้) เชื้อต่อการมีพฤติกรรมกรรมการให้บริการที่ดี

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยระยะที่ 2

ด้วยเป้าหมายที่จะนำผลการวิจัยมาต่อยอดเพื่อสร้างคู่มือการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยมุ่งเน้นพัฒนาเฉพาะพนักงานทั้งเก่าและใหม่ที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) ซึ่งผลวิจัยระยะที่ 1 พบว่าเป็นลักษณะบุคลิกภาพแบบเดียวที่ส่งผลทางลบต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมเมื่อผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก จึงทำการศึกษาต่อในระยะเวลาที่ 2 และพบว่า ทุนจิตวิทยาด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ (PsyCap Resiliency) ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการให้บริการรายด้านทุกด้านและภาพรวมในระดับสูงที่สุดอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเปรียบเทียบกับทุนจิตวิทยาด้านอื่นๆ อีก 3 ด้านคือ ความหวัง (Hope) การรับรู้

ความสามารถ (Efficacy) และการมองโลกในแง่ดี (Optimism) โดยผลวิจัยบ่งชี้ว่า ทุนจิตวิทยาด้านการฟื้นคืนภาวะปกติมีค่าอิทธิพลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรให้บริการทั้ง 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) การรู้จักและเข้าใจ (Empathy) และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Reponsiveness) มีค่าอิทธิพลที่ 3.15, 3.82, 3.51, 3.54 และ 3.63 ตามลำดับ และมีค่าอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรให้บริการโดยภาพรวมสูงที่สุดถึง 4.00 ซึ่งน่าจะอธิบายได้ว่าสถานการณ์หน่วยงานบริการของโรงแรมซึ่งพนักงานต้องประสบปัญหาความเครียดความกดดันสูงในการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า หากไม่สามารถปรับสภาพจิตใจให้ฟื้นคืนสู่ภาวะปกติได้ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพของพฤติกรรมกรให้บริการที่พึงประสงค์ และยิ่งโดยเฉพาะพนักงานที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้ใหวซึ่งมีพื้นนิสัยที่จะเกิดความรู้สึกทางลบ เกิดความทุกข์ได้ง่าย เนื่องจากมีอารมณ์แปรปรวน ขาดความคิดที่มีเหตุมีผล จัดการกับความเครียดได้ไม่ดีนัก ยิ่งสมควรได้รับการพัฒนาทุนจิตวิทยาด้านการฟื้นคืนภาวะปกติ (PsyCap Resiliency) ให้ผ่านเกณฑ์ที่มั่นใจว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมกรบริการที่มีคุณภาพอยู่ได้

ส่วนคู่มือพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาวที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ได้ใช้กลยุทธ์หลักในการพัฒนาตามแนวคิดการพัฒนาทุนจิตวิทยาเชิงบวกด้านการฟื้นคืนภาวะปกติของ Masten; & Reed (Masten; & Reed. 2002 อ้างใน Luthan et al, 2007) โดยใช้เพียง 2 ใน 3 กลยุทธ์หลักที่ได้มีการเสนอไว้คือ กลยุทธ์ที่มุ่งความสนใจที่สิ่งที่มีคุณค่า (Asset-focused strategies) ในช่วงแรกของการอบรม (ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2) ทั้งนี้เพื่อสร้างและปลูกฝังการรับรู้คุณค่าในตนเองให้พื้นฐานของทุนที่แข็งแกร่งในการฟื้นคืนสู่ภาวะปกติในยามที่จิตตกจากความเครียดขณะให้บริการ ผสมผสานกับการใช้ กลยุทธ์ที่มุ่งความสนใจไปที่กระบวนการ (Process-focused strategies) ในการอบรมครั้งที่ 3 เพื่อฝึกให้ผู้เข้าอบรมเรียนรู้ที่จะเผชิญกับปัญหา รวมถึงฝึกวิเคราะห์และหาแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างมีเหตุผล ซึ่งตามข้อเสนอของ Masten and Reed (2002) สนับสนุนว่าเทคนิคมุ่งเข้าสู่ปัญหาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการฟื้นคืนภาวะปกติ ซึ่งช่วยให้บุคคลสามารถกลับสู่ภาวะปกติได้ ในขณะที่การหลีกเลี่ยงปัญหา กลับส่งผลทางลบต่อการฟื้นคืนภาวะปกติ และเหตุที่ผู้วิจัยไม่เลือกใช้กลยุทธ์มุ่งความสนใจไปที่ความเสี่ยง (Risk-Focused Strategies) ซึ่งเสนอให้ออกจากภาวะความเครียดด้วยการคำนึงถึงความเสี่ยงหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่อตัวเองหากยังหมกมุ่นอยู่กับปัญหา เนื่องจากคำนึงว่ากลุ่มผู้เข้าอบรมนั้นมีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้ใหวเป็นพื้นนิสัยเดิม หากกระตุ้นให้คิดถึงความเสี่ยงหรือผลร้าย อันเป็นผลกระทบจากความเครียดจากปัญหาโดยหวังให้เกิดการฟื้นคืนสู่ภาวะปกติ อาจกลับยิ่ง

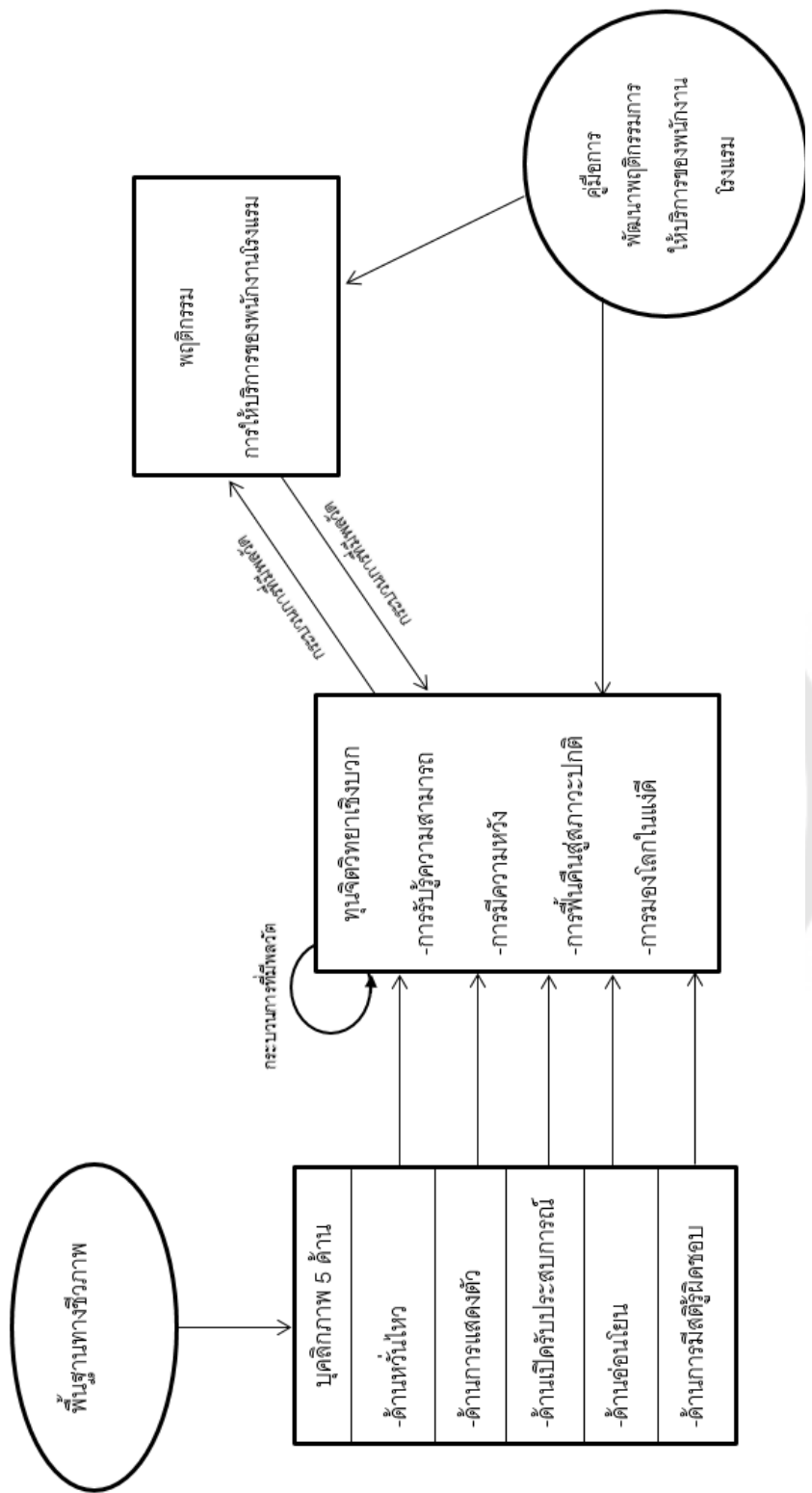
ส่งผลให้กลุ่มนี้ยิ่งเกิดความทุกข์หรือยิ่งซึมเศร้า (depression) มากขึ้นได้จากอารมณ์ที่เปราะบาง (vulnerability) อันเป็นลักษณะนิสัยที่คอสค้ำและแมคเคอร์ระบุไว้ใน Five Factor Model (FFM) ซึ่งผู้วิจัยจึงได้ระบุไว้ในคำแนะนำสำหรับผู้ให้คู่มือว่าต้องใช้คู่มือนี้อย่างระมัดระวังต่อความรู้สึกที่จะนำไปสู่ทิศทางลบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อผู้ที่ถูกพัฒนาโดยที่ไม่ได้ตั้งใจด้วย อีกทั้ง *ตัวผู้พัฒนา* ถือเป็นปัจจัยสำคัญมากในกระบวนการพัฒนาทุนจิตวิทยาด้านการฟื้นคืนสู่ภาวะปกติ การที่คู่มือระบุวิธีการแสดงออกของผู้พัฒนา เช่น ให้ทำความรู้จักกับผู้เข้าอบรมอย่างเป็นมิตร จำเป็นต้องจำชื่อผู้เข้าอบรมให้ได้ทุกคน ขออนุญาตเรียกชื่อเล่นผู้เข้าอบรมเพื่อสร้างความใกล้ชิดอันนำไปสู่ความเป็นกันเอง ทำให้ผู้เข้าอบรมไว้วางใจได้อย่างมั่นใจ ส่วนหนึ่งก็เนื่องมาจากต้องการให้ผู้เข้าอบรมซึ่งมีบุคลิกภาพแบบหัววันไหวรู้สึกผ่อนคลาย ไร้กังวล และยอมเปิดรับให้ผู้พัฒนาเข้าไปช่วยพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพวกเขา

นอกจากนี้คู่มือที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นจะใช้ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ของมาสโลว์นี้มาเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของตนเอง ดังนั้นการให้ผู้เข้าอบรมบอกถึงเป้าหมายความต้องการที่เข้ามาทำงานในตำแหน่งที่สมัคร การกระตุ้นให้ผู้เข้าอบรมระลึกถึงเป้าหมาย ความต้องการของตัวเอง โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมมีอิสระทางความรู้สึกและความคิดในการเขียนเป้าหมายในกระดาษที่ไม่ต้องมีฟอร์มตายตัว เพื่อตอบได้ว่าเป้าหมายของตนคืออะไร แล้วเป้าหมายนั้นอยู่ในลำดับความต้องการใดใน 5 ชั้นตามลำดับของ อับราฮัม มาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) และมีความเชื่อมโยงกับตำแหน่งงานที่สมัครอย่างไร การให้ทบทวนเป้าหมายความต้องการนี้อยู่เสมอในทุกครั้งที่ทำการอบรม การนำวิดีโอสั้นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของการทำงานโรงแรมที่สร้างความสุขให้ผู้อื่น ตลอดจนการให้ผู้เข้าอบรมเล่าเรื่องราวของตนเองแลกเปลี่ยนกันในกลุ่มการเรียนรู้เพื่อให้ได้รับการยอมรับคุณค่าในตัวเองซึ่งกันและกัน การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เหล่านี้ล้วนเป็นการใช้ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์เป็นฐานสำคัญ เนื่องจากการพัฒนาคนต้องอาศัยแรงจูงใจ คนเราจะไม่เปลี่ยนแปลงตัวเองหากตัวเองไม่ได้อะไรจากการเปลี่ยนแปลงนั้น

นอกจากนี้ก่อนนำคู่มือพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาวที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นไปใช้งานจริง คู่มือนี้ได้ผ่านการประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 กลุ่ม ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นหัวหน้าการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงแรม ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างคู่มือและผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาของตัวแปรที่ทำการศึกษา โดยแบ่งหัวข้อประเมินออกเป็น 4 ด้านครอบคลุมทั้งรูปแบบและเนื้อหาของคู่มือคือ ด้านอรรถประโยชน์ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมกร

ให้บริการที่ดีของพนักงานโรงแรมได้จริง ด้านความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ในองค์กรโรงแรม ด้านความเหมาะสมกับการนำไปใช้กับพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว และด้านความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของคู่มือ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคอร์ท์ ซึ่งได้ผลประเมินคู่มือจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ด้านโดยรวมอยู่ในระดับดี (4) ถึงดีมาก (5) ยืนยันว่าการออกแบบคู่มือสอดคล้องกับแนวทางในการเขียนคู่มือที่ดี (ปรีชา ช้างขวัญยืน และคณะ, 2539: 132-134) อย่างไรก็ตาม คู่มือพัฒนาพฤติกรรมบริการนี้ยังคงต้องผ่านการทดสอบจากการนำไปใช้งานจริง ซึ่งอาจต้องมีการปรับปรุงในรายละเอียดให้สอดคล้องกับสถานการณ์การฝึกอบรมจริงจนกระทั่งเป็นคู่มือที่สมบูรณ์ในที่สุด

ท้ายที่สุดของผลการศึกษาวิจัยทั้ง 2 ระยะเวลาที่ได้สรุปและอภิปรายมาทั้งหมดนี้ ทำให้ผู้วิจัยมีแนวทางนำไปสู่การสร้างโมเดลใหม่อธิบายให้เห็นถึงกลไกการทำงานร่วมกันระหว่างฐานความเชื่อของทฤษฎีบุคลิกภาพและฐานความเชื่อของทุนจิตวิทยาเชิงบวกเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมกาให้บริการของพนักงานโรงแรมที่มีชื่อว่า **พชรเสถียรโมเดล** ดังภาพประกอบ



พรเสฐิโยโรเเอด

(ผู้วิจัยพัฒนาเองจากผลวิจัยระยะที่ 1 และระยะที่ 2)

ข้อจำกัดทางการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาพนักงานโรงแรม 3 ดาวที่สมัครใจเข้าร่วมการวิจัย ดังนั้นผลของการวิจัย อาจไม่เป็นตัวแทนของโรงแรม 3 ดาวทั้งหมด หรือ โรงแรมที่มีคุณภาพอื่นที่แตกต่างไป ดังนั้นผล จากการวิจัยนี้ ในเชิงยืนยันทฤษฎีอาจต้องมีการทำซ้ำในกลุ่มอื่นเพื่อยืนยันผลการใช้ ทฤษฎีจิตวิทยา เชิงบวกในการเป็นกลไกเพื่อสร้างพฤติกรรมบริการให้บริกา นอกจากนี้ การออกแบบคู่มือการพัฒนา พฤติกรรมบริการให้บริกา ยังเป็นการศึกษาในระดับความคิดเชิงทฤษฎีและมุมมองของผู้ปฏิบัติที่มี ประสบการณ์ แต่เมื่อต้องการนำไปใช้จริงต้องมีการติดตามและทดสอบประสิทธิภาพ และผลลัพธ์ ของกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1) งานวิจัยนี้ทดสอบทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ โดยนำตัวแปร ทฤษฎีจิตวิทยา เชิงบวกเป็นตัวแปรเชื่อมแทรก เพื่ออธิบายผลของบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ต่อ พฤติกรรมของ การทำงานบริการ ผลพบว่า ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกมีบทบาทตามทฤษฎี งานวิจัยต่อไปอาจต้อง ยืนยันว่า ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก จะเป็นตัวแปรเชื่อมแทรก สำหรับพฤติกรรมการทำงานแบบไหน หรือในกลุ่มใดอีกบ้าง เพื่อให้เข้าใจทฤษฎีบุคลิกภาพให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2) งานวิจัยนี้สร้างตัวแปรพฤติกรรมบริการ และปรับให้สอดคล้องกับงานบริการของ โรงแรม และมีการศึกษาคุณภาพของเครื่องมือวัดในเบื้องต้น นับเป็นเครื่องมือวัดพฤติกรรมที่มีการ ทดสอบโดยการเก็บข้อมูลกับผู้ให้บริการและของหัวหน้า พบว่ามีความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ตัวอย่างทั้งสองกลุ่มในระดับสูง และมีความสัมพันธ์ของ พฤติกรรมบริการให้บริกา ระหว่างผู้ตอบที่ เป็นผู้ให้บริการและผู้ตอบที่เป็นหัวหน้าในระดับเล็กถึงปานกลาง งานวิจัยต่อไปอาจทำความเข้าใจ ว่า ตัวแปรใดบ้างที่จะอธิบายความสัมพันธ์นี้

บรรณานุกรม

- Allport G. W., & Odbert, H. S. (1936). Trait-Names: A Psycho-Lexical Study. *Psychological Monographs*. 47(1): i - 171.
- André, R. (2011). Using leadered groups in organizational behavior and management survey courses. in *Journal of Management Education*, 35(5): 596-619.
- Avey, J. B., Reichard, R. J., Luthans, F., & Mhatre, K. H. (2011). Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors, and performance. *Human resource development quarterly*, 22(2), 127-152.
- Benet-Martinez, V., & John, O. P. (1998). Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait-multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English. in *Journal of personality and social psychology*. 75(3), 729.
- Borgatta E. F. . (1964). The Structure of Personality Characteristics. *Behavioral Science*. 9(1): 8-17.
- Bouzari, M., & Karatepe, O. M. (2017). Test of a mediation model of psychological capital among hotel salespeople.in *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 29(8), pp. 2178-2197.
- Bozgeyikli, H. (2017). Big Five Personality Traits as the Predictor of Teachers' Organizational Psychological Capital. in *Online Submission*, 8(18),pp. 125-135.
- Caprara G. V.;& Perugini, M. (1994). Personality Described by Adjectives: The Generalizability of the Big Five to the Italian Lexical Context. *European Journal of Personality*. 8(5).
- Carraher, S. M., Buckley, M. R., & Carraher, C. (2002). Cognitive complexity with employees from entrepreneurial financial information service organizations and educational institutions: An extension & replication looking at pay, benefits, and leadership. *Academy of Strategic Management Journal*, 1(1), 43-56.
- Cattell R.B. (1943). The Description of Personality: Principles and Findings in a Factor Analysis. *American Journal of Psychology*. 59: 69-90.
- Cattell, R.B. Eber, H.W. and Tatsuoka, M.M. (1970) *Handbook for the Sixteen Personality*

- Factor Questionnaire. Champaign, IL: Institute for Personality and Ability Testing.
- Chase R. B., & Bowen, D. E. (1991). Service Quality and the Service Delivery System: A Diagnostic Framework. ใน *Service Quality*. บรรณาธิการโดย Brown S. E., Gummesson, E., Edvardson, B., & Gustavsson, B. หน้า 157-176. Massachusetts: Lexington Books.
- Church A.T., Reyes, J.A.S., Katigbak, M.S. & Grimm, S.D. (1997). Filipino Personality Structure and the Big-Five Model: A Lexical Approach. *Journal of Personality*. 65: 477-528.
- Cloninger, S. (2009). Conceptual issues in personality theory. in Corr, P. J., & Matthews, G (Eds.) (2009) *The Cambridge handbook of personality psychology*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 3-26.
- Cohen. J. . (1977). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. New York: Academic Press.
- Collier D. A. (1991). A Service Quality Process Map for Credit Card Processing. *Decision Sciences*. 22(2): 406-420.
- Comrey A. L., & Lee, H. B., . (1992). *A First Course in Factor Analysis*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Coomer, T. L. (2016). *Personality, grit, and psychological capital as they relate to sales performance* (Doctoral dissertation, Oklahoma State University).
- Costa P.T.; & McCrae, R.R. (1992). *The Neo Personality Inventory and Neo Five-Factor Inventory: Professional Manual*. Odessa: PAR.
- De Raad B.; & Van Heck, G. L. (1994). The Fifth of the Big Five. *European Journal of Personality [Themenheft]*. 8: 225 - 356.
- Dewal, K., & Kumar, S. (2017). The mediating role of psychological capital in the relationship between big five personality traits and psychological well-being: A study of Indian entrepreneurs. in *Indian Journal of Positive Psychology*. 8(4), 500-506.
- Digman J.M. (1990). Personality Structure: Emergence of the Five-Factor Model. in Rosenzweig M. R., & Porter, L. W. (Eds). *Annual Review of Psychology*. 41. pp.

- 417-440. California: Institutional Customer Service and Sales.
- Digman J.M. . (1988). *Classical Theories of Trait Organization and the Big Five Factors of Personality*. Atlanta, Georgia.
- Engler B. (1999). *Personality Theories: An Introduction* 5th. Boston: Houghton, Mifflin and Company.
- Eysenck H. J. (1970). *The Structure of Human Personality*. New York: Methuen.
- Eysenck H. J., & Eysenck, S. B. G. (1975). *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire (Junior and Adult)*. Kent: Hodder & Stoughton.
- Fiske D.W. (1994). Consistency of the Factorial Structures of Personality Ratings from Different Sources. *Journal of Abnormal Social Psychology*. 44(3): 329-344.
- Furnham, A., & Coveney, R. (1996). Personality and customer service. in *Psychological Reports*. 79(2),pp. 675-681.
- George D.; & Mallery, M.,. (2010). *Spss for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 Update*. Boston: Pearson.
- Goldberg D. E. (1989). *Genetic Algorithms in Search, Optimization, and Machine Learning*. Reading. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Goldberg L. (1981). Language and Individual Differences: The Search for Universals in Personality Lexiconspublication. ใน *Review of Personality and Social Psychology*. บรรณาธิการโดย Wheeler L. . หน้า 141-165. Callifornia: Sage Publication.
- Gupta, M., Shaheen, M., & Reddy, P. K. (2017). Impact of psychological capital on organizational citizenship behavior: mediation by work engagement. in *Journal of Management Development*. 36(7), pp. 973-983.
- Hogan L.M. (1986). *Hogan Personality Inventory Manual*. Minnesota: National Computer System.
- Hofstee W.K.B., ; & de Raad, B. . (1991). Persoonlijkheidsstructuur: De Ab5c Taxonomie Van Nederlandse Eigenschapsterman [Personality Structure: The Ab5c Taxonomy of Dutch Trait Terms}. . *Nederlands Tijdscheft voor de Psychologie*. 46: 262-274.
- Hrebickova M.; Ostendorf, F.; & Angletner, A. (1995). *Basic Dimension of Personality*

- Description in the Czech Language. Poster Presented at the Meeting of the International Society of Individual Differences.* Warsaw, Poland: ๑๗๓
- Hsiao, C., Lee, Y. H., & Chen, W. J. (2015). The effect of servant leadership on customer value co-creation: A cross-level analysis of key mediating roles. in *Tourism Management*, 49, pp. 45-57
- John O. P. (1990). The "Big Five" Factor Taxonomy: Dimensions of Personality in the Natural Language and in Questionnaires. in Pervin L. A. (Eds.) *Handbook of Personality: Theory and Research*. 66-100. New York: The Guilford Press.
- Jung, H. S., & Yoon, H. H. (2015). The impact of employees' positive psychological capital on job satisfaction and organizational citizenship behaviors in the hotel. in *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 27(6), pp. 1135-1156.
- Kasavana M. L., & Brooks, R. M. (1991). *Managing Front Office Operations*. 3rd. Michigan: Educational Institute of the American.
- Kennedy P., E., (2005). Oh No! I Got the Wrong Sign! What Should I Do? *The Journal of Economic Education*. 36(1): 77-92.
- Kim, T. T., Karatepe, O. M., & Lee, G. (2018). Psychological contract breach and service innovation behavior: psychological capital as a mediator. in *Service Business*, 12(2), pp. 305-329.
- Kim, T., Karatepe, O. M., Lee, G., Lee, S., Hur, K., & Xijing, C. (2017). Does hotel employees' quality of work life mediate the effect of psychological capital on job outcomes?. in *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 29(6), pp. 1638-1657.
- Kline R.B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 2nd. New York: The Guilford press.
- Kohnstamm G. A.; Halverson Jr., C. F.; Mervielde, I.; & Havill, V. L. (1998). *Parental Descriptions of Child Personality: Developmental Antecedents of the Big Five?* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Latham, G. P., & Pinder, C. C. (2005). Work motivation theory and research at the dawn of

- the twenty-first century. in *Annu. Rev. Psychol.*, 56, 485-516.
- Lee, Y. H., Hsiao, C., & Chen, Y. C. (2017). Linking positive psychological capital with customer value co-creation. in *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(4), pp. 1235-1255.
- Luthans F. et al. (2007). Positive psychological capital: measurement and relationship with performance and satisfaction. in *Personnel psychology*. 60(3) pp.541-572.
- Luthans F.; Norman, S. M.; Avolio, B. J.; & Avey, J. B.,. (2008). The Mediating Role of Psychological Capital in the Supportive Organizational Climate–Employee Performance Relationship. *Journal of Organizational Behavior*. 29: 219-238.
- Masten A. S., & Reed, M.G. J.,. (2002). Resilience in Development. ใน *Handbook of Positive Psychology*. บรรณาธิการโดย Snyder C. R. & Lopez, S. J. . หน้า 74-88. New York: Oxford University Press.
- McAdams, D. P., & Pals, J. L. (2006). A new Big Five: fundamental principles for an integrative science of personality. *American psychologist*, 61(3), 204.
- McCannell J.V. (1974). *Understanding Human Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- McCrae R. R., & Costa, P. (1997). Personality Trait Structure as a Human Universal. *American Psychologist* 52(5): 509-516.
- McCrae R. R., & Costa, P. T., Jr. (2003). *Personality in Adulthood: A Five-Factor Theory Perspective*. 2nd. New York: Guilford Press.
- McCrae R. R.; & Costa Jr., P. T. (2003). *Personality in Adulthood: A Five-Factor Theory Perspective*. 2nd. New York: Guilford Press.
- McGue, M., Bacon, S., & Lykken, D. T. (1993). Personality stability and change in early adulthood: A behavioral genetic analysis. *Developmental psychology*, 29(1), 96.
- Mount M. K., Barrick, M. R., & Strauss, J. P. (1994). Validity of Observer Ratings of the Big Five Personality Factors. *Journal of Applied Psychology*. 79(2): 272-280.
- Norman W.T. (1963). Toward an Adequate Taxonomy of Personality Attributes: Replicated Factor Structure in Peer Nomination Personality Ratings. *Journal of Abnormal Social Psychology*. 66: 574-583.

- Norman, W. T. (1967). 2800 PERSONALITY TRAIT DESCRIPTORS--NORMATIVE OPERATING CHARACTERISTICS FOR A UNIVERSITY POPULATION.
- Ostendorf F. (1990). *Sprache Und Persönlichkeitsstruktur. Zur Validität Des Fünf-Faktoren-Modells Der Persönlichkeit*. Regensburg: Roderer.
- Parasuraman A.; Zeithaml, Valarie, A. & Berry, Leonard, L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Podsakoff P., M.; Mackenzie, S. B.; Lee, J., Y.; & Podsakoff, N. P.,. (2003). Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies. *Journal of applied psychology*. 88(5): 879-903.
- Saucier, G. (1994). Mini-Markers: A brief version of Goldberg's unipolar Big-Five markers. *Journal of personality assessment*, 63(3): 506-516.
- Saucier G., & Goldberg, L. R. . (1998). What Is Beyond the Big Five? . *Journal of Personality*. 66: 495-524.
- Schneider B. & Bowen, D. E. . (1985). Employee and Customer Perceptions of Service in Banks. Replication and Extension. *Journal of Applied Psychology*. 70(3): 423-433.
- Schuckert, M., Kim, T. T., Paek, S., & Lee, G. (2018). Motivate to innovate: How authentic and transformational leaders influence employees' psychological capital and service innovation behavior. in *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 30(2), pp. 776-796.
- Schneider B., Wheeler, J. K., & Cox, J. F. (1992). A Passion for Service: Using Content Analysis to Explicate Service Climate Themes. *Journal of Applied Psychology*. 77(5): 705-716.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000) Positive psychology: An introduction. in *American Psychologist*. 55, pp5-14.
- Smith G. M. (1967). Usefulness of Peer Rating of Personality in Educational Research. *Educational and Psychological Measurement*. 27: 967-984.
- Snyder C.R.; & Symson, S. C.; Ybasco, F. C.; Borders, T. F.; Babyak, M. A.; & Higgins, R.

- L.,. (1996). Development and Validations of the State of Hope Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*. 70(2): 321-335.
- Stanton W.J. (1981). *Fundamentals of Marketing*. Auckland: McGraw Hill.
- Tenner A. R., & DeToro, I. J. . (1992). *Total Quality Management: Three Steps to Continuous Improvement*. massachusetts: Addison-Wesley.
- Terry, R. L., & Winston, C. E. (2010). Personality Characteristic Adaptations: Multiracial Adolescents' Patterns of Racial Self-Identification Change. in *Journal of Research on Adolescence*. 20(2), pp. 432-455.
- Tupes E.C. ; และ Christal R.E. (1961). *Recurrent Personality Factors Based on Trait Ratings (Asd-Tr-61-67)*. Texas: Lackland Air Force Base: Aeronautical Systems Division, Personnel Laboratory.
- Wang Youcheng; & Pearson, Thomas E. (2002). Measuring Personal Service Quality: An Analysis of Hotels in the Pople's Republic of China. *Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 3(2): 3-26.
- Yang, J., & et al. (2011). Proactive personality, social capital, helping, and turnover intentions. in *Journal of Managerial Psychology*. 26(8), pp. 739-760.
- Yao Yi Fu; & Parks Sara C. (2001). The Relationship between Restaurant Service Quality and Consumer Loyalty among the Elderly. *Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 25(3): 320-336.
- Yildiz, E. (2017). The Effect of the Psychological Capital and Personality Characteristics of Employees on Their Organizational Commitment and Contribution to the Work: A Qualitative Research on Managers. in *Journal of Management and Strategy*. 8(4), pp. 34-46.
- Youssef, C. M., & Luthans, F. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. in *Journal of management*, 33(5), 774-800.
- เจตลักษณ์ เส็นวงศ์ ณ อยุธยา. (2559). อิทธิพลของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี. ปริญญาานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาประยุกต์).

- กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เชิดศักดิ์ โสมวาสินธุ์. (2520). การวัดทัศนคติและบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- เปลื้อง ณ นคร. (2541). ปทานุกรมนักเรียน. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช และสมจิตร์ จึงสงวนพรสุข. (2540). การให้บริการของโรงแรมต่อผู้ใช้บริการศึกษาเปรียบเทียบของโรงแรมในประเทศไทย (หนองคาย) และในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงจันทน์) ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพฯ: อุดลพัฒน์กิจ.
- ไพบุลย์ อินทิสันท์. (2544). ความฉลาดทางอารมณ์ ค่านิยมในการทำงาน และลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานบนสายการบิน วิทยานิพนธ์ วท.บ. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กฤษฎณ์ อริยะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระวิชัย. (2548). การพัฒนาแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อประเมินการมีใจให้บริการ. ใน Chulalongkorn Review. 68, 70-85.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2561. ที่มา https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=753
- กัญญิกา บรรลือ (2553). บุคลิกภาพแบบหลงตนเองและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบในฐานะตัวทำนายการเกิดผู้นำในกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกัน. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาสังคม). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ก่อเกียรติ มหาธีรชาติกุล. (2561). บทบาทของทุนทางจิตวิทยาในฐานะทรัพยากรส่วนบุคคลในโมเดลความต้องการของงานและทรัพยากรที่เอื้อในการทำงานในพยาบาลไทย. วิทยานิพนธ์ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จันทร์จิรา มั่นตะพงษ์. (2546). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความสามารถในการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพ. วิทยานิพนธ์. กศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์. (2556). จิตวิทยาทั่วไป = General psychology. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฉัตรฤดี สุกปลั่ง. (2543). ผลของบุคลิกภาพและเชาวน์อารมณ์ที่มีต่อคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างานของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร.

- วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐยา ลือชากิตติกุล.(2546). ลักษณะทางจิตสังคมและลักษณะทางบุคลิกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม
การทำงานด้านบริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ใน
กรุงเทพมหานคร. ปริญญาโท วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐวดี อรินทร์. (2555). การศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกที่มีต่อสุขภาวะ
ทางจิตและพฤติกรรมการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบของบุคลากร
สาธารณสุขในจังหวัดชายแดนใต้. วิทยานิพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์)
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธานินทร์ สวงศ์วาร. (2541). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพในงานบริการส่วนหน้าของโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามการรับรู้ของหัวหน้างาน. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยา
อุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธำรทิพย์ ทากิ. (2549). การจัดการงานส่วนหน้าของโรงแรม. กรุงเทพฯ ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธีรเดช นายอรุณ. (2542). ปัญหาความไม่เป็นบวกแน่นอนของเมทริกซ์กับการวิเคราะห์โมเดลสมการ
โครงสร้าง. วารสารวิธีวิทยาการวิจัย. 12(1): 11-21.
- นภัสนันท์ แจ่มฟูง. (2561). การพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างการคงอยู่ในองค์กรของพนักงาน
ศูนย์การค้าสำหรับคู่มือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามแนวคิดการสร้างความรู้ด้วยตนเอง.
ปริญญาโท ปอ.ด. (จิตวิทยาประยุกต์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- นวลน้อย บุญวงษ์. (2542). หลักการออกแบบ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- นวลละออ สุภาพล. (2527). ทฤษฎีบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสาน
มิตร.
- เบญจมา พูนสิทธิศักดิ์. (2548). บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับแรงจูงใจใฝ่อำนาจของผู้บริหาร
ระดับต้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประวิทย์ สายทองคำ และคณะ (2541). การศึกษาความต้องการและวิธีการสรรหาและคัดเลือก
บุคลากรของโรงแรมชั้นหนึ่งพิเศษในกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ปิฎฐะ บุนนาค. (2523) อุปกรณ์การสอนวิชาเกษตรกรรม. ใน อนุสรณ์ในการรับพระราชทาน

เพลิงศพ นายอะนะ รมยานนท์ ณ เมรุหน้าพลับพลาอิศริยาภรณ์ วัดเทพศิรินทราวาส วันที่
23 เมษายน พ.ศ. 2523. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การรถไฟฯ.

ปรีชา ช่างขวัญยืน และคณะ. (2539). เทคนิคการเขียนและผลิตตำรา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปรีชา แดงโรจน์. (2549). การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานโรงแรม ศตวรรษที่ 21. นนทบุรี:
เอส.อาร์.พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์. .

ปัทมา คงทอง. (2547). การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของนักศึกษาวิทยาลัย
ดุสิตธานี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ. (2530). กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2542). กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.

พรพนทิพย์ ศิริวรรณนุศย์. (2553). ทฤษฎีจิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพฯ: บริษัท
แอคทีฟ พริ้นท์ จำกัด.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พัชรี ชูสมบัติ. (2554). ปัจจัยทางจิตวิทยาที่สามารถพยากรณ์คุณภาพการบริการของพนักงาน
โรงแรมระดับห้าดาว. (วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ)). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.

พิศมัย ปิชาติการ. (2538). งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2543). การวัดด้านจิตพิสัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

วรรณฤดี ภูทอง. (2539). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการด้านคุณภาพบริการพยาบาลที่ให้แก่
ผู้ประกันตนกับคุณภาพบริการพยาบาลที่ผู้ประกันตนรับรู้ โรงพยาบาลรัฐ กรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ พย.บ. (การบริหารการพยาบาล). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิมลพร พันธุ์มนตรี. (2534). การสร้างแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่สำคัญตาม
รูปแบบของ

กอร์ดอน. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทร์วิโรฒ.

วัลภา สบายยิ่ง. (2542). ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมาย การรับรู้ความสามารถของตนและบุคลิกภาพ
ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายตรง. ปริญญานิพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรม
ศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2539). ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (รู้เขารู้เรา). กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.

ศุภนิศย์ ไชครัตนชัย. (2536). การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าต่องานบริการอย่างมีคุณค่า.

กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. (2561) โรงแรมแข่งดุเดือด ปรับตัวได้ไปรอด. สืบค้นวันที่ 12 กันยายน
2561 ที่มา

https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Competitive-Hotel-Industry_FullPage.pdf

สมิต สัจฉกร. (2542). การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

สุดารัตน์ ปธานราชฎี. (2537). อุตสาหกรรมบริการ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและ
สหกรณ์ คณะวิชาวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.

สุนีย์ ศรีสง่าตระกูลเลิศ. (2546). การสร้างแบบสอบถามบุคลิกภาพสำหรับการคัดเลือกเยาวชนเข้า
ร่วมโครงการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม.

(จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

สุภาวดี ศรพรหม. (2541). การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นนักบริหารที่ดีของพนักงาน
ธนาคาร ประจำธนาคาร. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

สายสมร เฉลยกิตติ. (2554). การพัฒนาทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกของพยาบาลวิชาชีพโดยการให้
คำปรึกษากลุ่มแบบบูรณาการ. ปริญญานิพนธ์. กศ.ด. (จิตวิทยาการให้คำปรึกษา).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ

อโนมา หอวิเชียร. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพตามแนวทางบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
การสนับสนุนจากองค์การที่การรับรู้ และจิตสำนึกในการให้บริการ.

การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

อภิเดช สถาปนศิริ และ พรรณระพี สุทธิวรรณ. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพตาม
แนวทางบุคลิกภาพห้า องค์ประกอบและความผูกพันต่อองค์การตามแนวคิดของสตีเฟร์.

กรุงเทพฯ: คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
อุทุมพร สุราษฎร์. (2547). ปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของ
พนักงานให้บริการทางโทรศัพท์. ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
ประยุกต์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.







ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย

1. อาจารย์. ดร. นิยะดา จิตต์จรัส

อดีตอาจารย์ประจำภาคจิตวิทยาพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. รองศาสตราจารย์ ประณต คำฉิม

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิดาจุลวนิชย์พงษ์

ประธานหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิตการออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจคู่มือการพัฒนา

1. คุณพลพรรค เรืองเดชฤทธิกุล

ผู้จัดการโรงแรมในเครือ Myhotel & Mybed

2. รองศาสตราจารย์ ประณต คำฉิม

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิดาจุลวนิชย์พงษ์

ประธานหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิตการออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก ข
ใบพิทักษ์สิทธิเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใบพิทักษ์สิทธิ

เรื่อง ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

เนื่องด้วยดิฉัน นางสาวพัช พชรเสฐียร เป็นนิสิตระดับปริญญาเอก สาขาจิตวิทยาประยุกต์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อยู่ในช่วงเก็บข้อมูลวิจัย เรื่อง “โปรแกรมการพัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานโรงแรม” ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาพนักงานผู้ให้บริการ อันส่งผลต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมท่าน และเป็นการยกระดับคุณภาพทั้งองค์กรของท่านและอุตสาหกรรมโรงแรม เป็นแนวทางในการคัดเลือกและพัฒนาพนักงานโรงแรม เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สนใจจะประกอบอาชีพในสายงานบริการ และเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาส่งเสริมคนในสังคมให้มีคุณลักษณะที่เอื้อต่อการประกอบอาชีพบริการ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของสังคมไทยในยุคที่มีภาวะการแข่งขันสูง โดยท่านจะเป็นผู้ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการบรรลุผลของการวิจัยในครั้งนี้

ดิฉันจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความคิดและความรู้สึกที่แท้จริงของท่าน โดยคำตอบของท่านเป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล ดังนั้นจึงไม่มีถูกหรือผิด และไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านหรือผลการปฏิบัติงานของท่าน รวมทั้งไม่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของโรงแรมของท่านแต่อย่างใด ข้อมูลทั้งหมดนี้จะทำการวิเคราะห์ผลในภาพรวม และจะถูกเก็บเป็นความลับ นำไปใช้เฉพาะในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

ดิฉันหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวพัช พชรเสฐียร)

ผู้วิจัย

ข้าพเจ้ายินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ลงชื่อ.....

ผู้ตอบแบบสอบถาม

วันที่...../...../.....

แบบสอบถาม
ข้อมูลทั่วไปและปัจจัยทางจิตวิทยา
(สำหรับพนักงานโรงแรม)

คำชี้แจง:

1. แบบสอบถามชุดนี้ มีทั้งหมด 4 ฉบับ
2. ขอความกรุณาท่านได้โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อและทำแบบสอบถามด้วยความตั้งใจ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
3. แต่ละข้อไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด คำตอบที่ดีที่สุดคือ คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน หรือ ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ
4. คำตอบของท่านไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านหรือผลการปฏิบัติงานของท่าน
5. ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บข้อมูลนี้ไว้เป็นความลับ โดยจะนำผลมาวิเคราะห์เพื่อเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น จะไม่มีการเปิดเผยเป็นรายบุคคล

ขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ความช่วยเหลือ
ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

โปรดพลิกหน้าถัดไป



ฉบับที่ 1
แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม: โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือ เติมคำตอบลงในช่องว่างให้ครบถ้วนตามความเป็นจริงของท่าน

1. ชื่อ-นามสกุล _____
 ปฏิบัติงานในส่วน () ฝ่ายห้องพัก (Room division)
 () ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages division)
 ตำแหน่ง _____
 ชื่อโรงแรม _____ (เพื่อสะดวกในการติดต่อกลับ)
2. เพศ () ชาย () หญิง
3. อายุ _____ ปี _____ เดือน
4. สถานภาพสมรส () โสด () สมรส/มีคู่ครอง () หย่าร้าง/หม้าย
5. ระดับการศึกษาสูงสุด
 () มัธยมศึกษา/ปวช.
 () อนุปริญญา/ปวส.
 ()ปริญญาตรี
 () สูงกว่าปริญญาตรี (ระบุ)
6. ประสบการณ์ในการทำงานเป็นพนักงานโรงแรม (รวมทุกโรงแรม) _____ ปี _____ เดือน

โปรดพลิกหน้าถัดไป



ฉบับที่ 2
แบบวัดบุคลิกภาพ

คำชี้แจงในการทำแบบวัด: ลักษณะต่อไปนีตรงกับตัวท่านใช้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด
ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ข้อ	ลักษณะ	ไม่ใช้ ที่สุด	ไม่ใช้	ไม่ใช้ และใช้ พอๆ กัน	ใช้	ใช้ที่สุด
1	รู้สึกหดหู่บ่อย ๆ					
2	ทำทุกอย่างตามที่ได้วางแผนไว้					
3	สามารถบรรยายถึงสิ่งต่าง ๆ ให้ สวยงามได้					
4	สงสัยเจตนาที่ซ่อนเร้นของผู้อื่น					
5	แทบไม่เคยรู้สึกหดหู่					
6	ไม่ค่อยใส่ใจกับงานที่ทำอยู่					
7	เห็นอกเห็นใจผู้อื่น					
8	วิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่นอย่างรุนแรง					
9	ต้องถูกระตุ้นจึงจะลงมือทำงาน					
10	สบประมาทผู้อื่น					
11	ลำบากใจเวลาที่ต้องเข้าหาผู้อื่น					
12	ปล่อยให้งานไม่เสร็จ					
13	นำการสนทนาไปสู่ระดับที่ลึกซึ้งขึ้น					
14	ปฏิบัติต่อทุกคนเท่าเทียมกัน					
15	ไม่ชอบตนเอง					
16	เมื่อริเริ่มสิ่งใดก็ทำจนสำเร็จ					
17	แทบไม่ค่อยมองหาความหมายที่ลึกซึ้ง ขึ้นของสิ่งต่าง ๆ					
18	รู้สึกผ่อนคลายเกือบตลอดเวลา					
19	ไม่รู้จะเริ่มต้นคุยกับคนอื่นอย่างไร					
20	แทบไม่เคยแสดงอาการวิตกกังวล					

ข้อ	ลักษณะ	ไม่ใช่ ที่สุด	ไม่ใช่	ไม่ใช่ และใช่ พอๆ กัน	ใช่	ใช่ที่สุด
21	รู้สึกว่าการลงมือทำงานเป็นเรื่องยาก					
22	เห็นความสำคัญของศิลปะ					
23	ตื่นเต้นกับแนวคิดใหม่ๆ					
24	มักทำงานผิดพลาด					
25	มีเพื่อนง่าย					
26	ไม่สนใจแนวคิดที่เป็นนามธรรม					
27	ทำสิ่งต่าง ๆ ตามแผนที่วางไว้					
28	ทำงานกลางคัน ไม่ได้ทำงานเสร็จ					
29	มักหลบผู้คน					
30	วางแผนและทำตามแผน					
31	ตื่นตระหนกได้ง่าย ๆ					
32	มีจินตนาการที่แจ่มชัดเหมือนจริง					
33	ไม่ชอบไปพิพิธภัณฑ์ศิลปะ					
34	มักเป็นคนเริ่มบทสนทนา					
35	อารมณ์เปลี่ยนแปลงไปเปลี่ยนมาอยู่บ่อย ๆ					
36	ชอบฟังแนวคิดใหม่ๆ					
37	ชอบขัดคอผู้อื่น					
38	หลีกเลี่ยงการต้องยุ่งเกี่ยวกับผู้คน					
39	แทบไม่เคยโกรธ					
40	ทำตามแผนที่วางไว้จนเสร็จ					
41	ตอบได้ผู้ที่ทำให้ไม่พอใจ					
42	มีความมุ่งมั่นต่องานจนสำเร็จได้ด้วยดี					
43	วิตกกังวลกับสิ่งต่าง ๆ					
44	ไม่หงุดหงิดง่าย					
45	ชอบเรียกร้องจากผู้อื่น					
46	สามารถทำให้ผู้อื่นรำเริงสนุกสนาน					
47	ชอบว่าคนอื่นให้เสียใจ					

ข้อ	ลักษณะ	ไม่ใช่ ที่สุด	ไม่ใช่	ไม่ใช่ และใช่ พอๆ กัน	ใช่	ใช่ที่สุด
48	ไม่ใช่คนช่างพูด					
49	เข้ากับคนได้ง่าย					
50	เครียดง่าย					
51	ทำตามสิ่งที่พูดไว้					
52	ทำหน้าที่เสร็จตรงตามเวลาได้เป็น อย่างดี					
53	ไม่สนใจความเสียหายของตนเองและ ผู้อื่น					

ฉบับที่ 3
แบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก

คำชี้แจงในการทำแบบวัด: ลักษณะต่อไปนี้เป็นตรงกับตัวท่านใช้หรือไม่มากน้อยเพียงใด
ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ข้อ	ลักษณะ	ไม่ใช่ มากที่สุด	ไม่ใช่	ค่อนข้าง ไม่ใช่	ค่อนข้าง ใช่	ใช่	ใช่ มากที่สุด
1	มั่นใจในการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาที่ยืดเยื้อได้						
2	มั่นใจว่าจะสามารถเป็นตัวแทนของหน่วยงานในการเข้าประชุมกับทีมผู้บริหาร						
3	มั่นใจในการเสนอความคิดเห็นในการปรึกษาหารือเพื่อหาวิธีพัฒนาโรงแรมให้ก้าวหน้า						
4	มั่นใจในการช่วยตั้งเป้าหมายการทำงานในหน่วยงานของตน						
5	มั่นใจในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกโรงแรม เพื่อปรึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น						
6	มั่นใจในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ กับกลุ่มเพื่อนร่วมงาน						
7	เมื่อพบเรื่องยุ่งยากในที่ทำงาน สามารถคิดหาวิธีแก้ไขปัญหาคได้หลายวิธี						
8	เต็มเปี่ยมไปด้วยพลังที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมาย						
9	เชื่อว่าในทุกปัญหาย่อมมีวิธีการแก้ปัญหาคได้หลายวิธี						

โปรดพลิกหน้าถัดไป →

ข้อ	ลักษณะ	ไม่ใช่ มากที่สุด	ไม่ใช่	ค่อนข้าง ไม่ใช่	ค่อนข้าง ใช่	ใช่	ใช่ มากที่สุด
10	ค่อนข้างประสบความสำเร็จในการทำงาน						
11	สามารถคิดได้หลายวิธีเพื่อบรรลุเป้าหมายในการทำงานในแต่ละวัน						
12	สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้						
13	สามารถจัดการความยุ่งยากต่างๆในที่ทำงานได้ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง						
14	ถ้าจำเป็นต้องทำงานคนเดียว ก็สามารถจัดการงานได้โดยไม่พึ่งพาใคร						
15	สามารถจัดการกับเรื่องเครียดๆทั้งหลายในการทำงานได้อย่างสงบ โดยไม่ให้เรื่องเหล่านี้กระทบกับงานอื่นๆ						
16	สามารถข้ามผ่านช่วงเวลาที่ลำบากในการทำงานได้ เพราะเคยผ่านอุปสรรคเหล่านั้นมาก่อน						
17	สามารถจัดการงานหลายอย่างพร้อมกันได้ในเวลาเดียวกัน						
18	แม้ในเวลาที่ยากจะได้ยากว่าผลของงานจะออกมาในลักษณะไหน ก็ยังคงคาดหวังว่างานจะออกมาดีที่สุดเสมอ						
19	มองเห็นด้านดีของสิ่ง ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของฉันได้เสมอ						
20	มองเห็นอนาคตการทำงานของฉันในทางที่ดี						
21	เชื่อว่าการทำงานเมื่อมีเรื่องร้ายก็มีเรื่องดีแฝงอยู่เสมอ						



**แบบประเมิน
พฤติกรรมบริการ**

(สำหรับหัวหน้างาน)

ชื่อ-นามสกุล _____

ปฏิบัติงานในส่วนงาน () ฝ่ายห้องพัก (Room division)

() ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages division)

ตำแหน่งงาน _____

ประเมินโดยหัวหน้างาน ชื่อ-นามสกุล _____

ชื่อโรงแรม (เพื่อสะดวกในการติดต่อกลับ) _____

คำชี้แจงในการทำแบบประเมิน: ให้ท่านระลึกถึงพฤติกรรมของพนักงานที่ท่านกำลังจะประเมิน

(ตามชื่อ-นามสกุลข้างบนนี้) แล้วลงความเห็นของท่านว่า **เป็นจริงตรงกับกรกระทำของ**

พนักงานคนนั้นมากน้อยเพียงใด ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องประเมินท้ายข้อความ

ข้อ	พฤติกรรม	ไม่จริง เลย	ไม่จริง	ไม่ ค่อย จริง	ค่อนข้าง จริง	จริง	จริง ที่สุด
1	จัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ ผู้รับบริการให้พร้อมอยู่ตลอดเวลา						
2	ใส่ใจกับสิ่งที่ได้สัญญาไว้กับ ผู้รับบริการ และติดตามทำงาน สำเร็จลุล่วง						
3	พร้อมที่จะให้บริการทันทีที่ ผู้รับบริการเข้ามาปรากฏ						
4	การปฏิบัติงานของพนักงานทำให้ ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่น						
5	ยอมรับว่าผู้รับบริการแต่ละคนมี ความต้องการแตกต่างกัน						
6	รักษาความสะอาดและความ เรียบร้อยของบริเวณที่ให้ บริการ						

โปรดพลิกหน้าถัดไป →

ข้อ	พฤติกรรม	ไม่จริง เลย	ไม่จริง	ไม่ ค่อย จริง	ค่อนข้าง จริง	จริง	จริง ที่สุด
7	ทำงานที่ผู้รับบริการร้องขอ อย่าง เต็มความสามารถ						
8	แจ้งให้ผู้รับบริการทราบว่า งานที่ถูก ร้องขอจะสำเร็จลงเมื่อใด						
9	ประสานงานได้ดีและสามารถ ทำงานเป็นทีม						
10	รับฟังความต้องการของผู้รับบริการ แต่ละคนอย่างตั้งใจ						
11	เมื่อพื้นที่ ที่ให้บริการเกิดความ สกปรก พนักงานจัดการให้กลับสู่ สภาพเดิมอย่างรวดเร็ว						
12	ทำให้ผู้รับบริการพอใจได้ตั้งแต่ครั้ง แรก						
13	ให้บริการด้วยหน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใส						
14	แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้						
15	ไม่บริการมากเกินไปจนผู้รับบริการ เกิดความอึดอัด						
16	แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่สะอาด เรียบร้อยแลดูน่าเชื่อถือ						
17	เมื่อผู้รับบริการมีปัญหา พนักงาน แสดงความสนใจที่จะแก้ปัญหานั้น อย่างจริงจัง						
18	แสดงความกระตือรือร้นที่จะ ให้บริการ						
19	ยังคงให้บริการแก่ผู้รับบริการที่ยัง ค้างคาอยู่ แม้ว่าจะหมดเวลางาน ของตนแล้วก็ตาม						

ข้อ	พฤติกรรม	ไม่จริงเลย	ไม่จริง	ไม่ค่อยจริง	ค่อนข้างจริง	จริง	จริงที่สุด
20	ศึกษาเพื่อให้เข้าใจความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละคน						
21	ดูแลร่างกาย เช่น ผม ฟัน เล็บ) ให้สะอาดอยู่เสมอ (ฯลฯ)						
22	พนักงานพยายามที่จะไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ						
23	มีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ						
24	ให้บริการอย่างสุภาพ						
25	จดจำรายละเอียดของผู้รับบริการแต่ละคน เพื่อให้บริการได้ตรงกับความต้องการ						
26	ใช้อุปกรณ์ต่างๆ ของโรงแรม ในขณะที่ให้บริการอย่างถนอมรักษา						
27	ให้บริการได้ตรงตามเวลาที่แจ้งไว้						
28	ไม่เคยปฏิเสธงานที่ผู้รับบริการร้องขอ						
29	สามารถสื่อสารให้ผู้รับบริการเข้าใจในสิ่งที่ตนต้องการจะบอก						
30	ตอบคำถามได้ตรงประเด็นและถูกต้อง						
31	แสดงสีหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสในขณะที่ให้บริการ						
32	ยินดีตอบคำถามผู้รับบริการทุกเมื่อ						
33	เมื่อเกิดปัญหา พนักงานพยายามแก้ไขปัญหาย่างรวดเร็ว						

ข้อ	พฤติกรรม	ไม่จริง เลย	ไม่จริง	ไม่ ค่อย จริง	ค่อนข้าง จริง	จริง	จริง ที่สุด
34	ให้บริการโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้รับบริการเป็นสำคัญ						
35	เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ แจ้งให้ผู้รับบริการทราบตามความเป็นจริงทันที						
36	ใช้ภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจง่าย						
37	มีความอดทนต่อผู้รับบริการที่มีความต้องการหลากหลาย						
38	ช่วยให้ผู้รับบริการเข้าถึงและติดต่อได้ง่าย						
39	ให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ						
40	ให้บริการด้วยคุณภาพที่ดีเช่นเดิมทุกครั้ง						
41	ทำให้ผู้รับบริการเชื่อมั่นว่าได้รับบริการที่ถูกต้อง เหมาะสม						
42	ระมัดระวังที่จะไม่สร้างความยุ่งยากหรือปัญหาให้แก่ผู้รับบริการ						
43	ไม่แสดงท่าทางเหนื่อยหน่ายในขณะที่ให้บริการ						
44	ดูแลเครื่องแต่งกายของตนเองให้มีสภาพที่ใช้งานได้เสมอ						

-ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง-



ภาคผนวก ค

การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ
(Item – Objective Congruence Index: IOC)

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ลักษณะบุคลิกภาพ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
มิติที่ 1: ความไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism) หมายถึง มีแนวโน้มที่จะมีอาการทาง ลบ เกิดความทุกข์ได้ง่าย เนื่องจากมีอาการ แปรปรวน มีความคิดที่ขาดเหตุผล จัดการกับ ความเครียดได้ไม่ดีนัก และเสี่ยงที่จะมีปัญหาทางจิต บางประเภท			.715
1. รู้สึกหดหู่บ่อย ๆ	1	.432	
2. ไม่ชอบตนเอง	1	.310	
3. ตื่นตระหนกได้ง่าย ๆ	1	.251	
4. อารมณ์เปลี่ยนแปลงไปเปลี่ยนมาอยู่บ่อย ๆ	1	.450	
5. วิตกกังวลกับสิ่งต่าง ๆ	1	.500	
6. เครียดง่าย	1	.483	
7. แทบไม่เคยรู้สึกหดหู่	1	.296	
8. รู้สึกผ่อนคลายเกือบตลอดเวลา	1	.296	
9. แทบไม่เคยแสดงอาการวิตกกังวลหรือ รอน	1	.320	
10. แทบไม่เคยโกรธ	1	.251	
11. ไม่ใช่คนที่ถูกรบกวนใจได้ง่าย ๆ	1	ตัดทิ้ง	
12. ไม่หงุดหงิดง่าย	1	.428	

ตาราง 17 (ต่อ)

ลักษณะบุคลิกภาพ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
มิติที่ 2: การเปิดตัว (Extraversion) หมายถึง ชอบเข้าสังคม กล้าแสดงออก ชอบอยู่กับผู้คนจำนวนมาก กระตือรือร้น ช่างพูด ช่างคุย ชอบความตื่นเต้น มีแนวโน้มที่จะมีลักษณะร่าเริง มองโลก ในแง่ดี			.676
1. มีทักษะในการจัดการกับผู้คนรอบ ๆ ตัว	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
2. มีเพื่อนง่าย	1	.426	
3. มักเป็นคนเริ่มบทสนทนา	1	.313	
4. ชอบพูดคุยกับผู้คนมากหน้าหลายตาเวลาอยู่ในงานเลี้ยง	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
5. สามารถทำให้ผู้คนร่าเริงสนุกสนาน	1	.395	
6. เข้ากับคนได้ง่าย	1	.399	
7. ลำบากใจเวลาที่ต้องเข้าหาผู้อื่น	1	.269	
8. ไม่รู้จะเริ่มต้นคุยกับคนอื่นอย่างไร	1	.249	
9. เป็นคน que ผู้อื่นเข้าถึงได้ยาก	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
10. มักหลบผู้คน	1	.382	
11. หลีกเลี่ยงการต้องยุ่งเกี่ยวกับผู้คน	1	.481	
12. ไม่ใช่คนช่างพูด	1	.269	

ตาราง 17 (ต่อ)

ลักษณะบุคลิกภาพ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
มิติที่ 3 การเปิดรับประสบการณ์			.745
(Openness) หมายถึง เป็นคนที่เต็มไปด้วย จินตนาการ ชื่นชอบศิลปะ ความสวยงาม และ ความหลากหลาย มีความสงสัยใคร่รู้ทั้งเรื่องของ ตนเองและผู้อื่น ชอบแนวคิดใหม่ๆ สิ่งแปลกใหม่ และมีค่านิยมที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานของ สังคม และสามารถจัดการกับอารมณ์ทางบวก และทางลบของตัวเองได้ดี			
1. สามารถบรรยายถึงสิ่งต่าง ๆ ให้สวยงามได้	.67	.295	
2. นำการสนทนาไปสู่ระดับที่ลึกซึ้งขึ้น	1	.483	
3. เห็นความสำคัญของศิลปะ	1	.602	
4. ตื่นเต้นกับแนวคิดใหม่ ๆ	1	.452	
5. มีจินตนาการที่แจ่มชัดเหมือนจริง	1	.349	
6. ชอบฟังแนวคิดใหม่ ๆ	1	.394	
7. ไม่ค่อยเข้าใจความคิดเชิงนามธรรม	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
8. แทบไม่ค่อยมองหาความหมายที่ลึกซึ้งขึ้น ของสิ่งต่าง ๆ	1	.385	
9. ไม่สนใจแนวคิดที่เป็นนามธรรม	1	.477	
10. ไม่ชอบไปพิพิธภัณฑ์ศิลปะ	1	.370	
11. ไม่สนใจที่จะได้เถียงทฤษฎี	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
12. เลี่ยงการโต้เถียงที่ใช้ความคิดลึกซึ้ง	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง

ตาราง 17 (ต่อ)

ลักษณะบุคลิกภาพ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
มิติที่ 4: อ่อนโยน (Agreeableness)			.756
หมายถึง เป็นคนที่เห็นใจผู้อื่น มองเห็น ประโยชน์ของผู้อื่นเป็นหลัก กระตือรือร้นที่ จะช่วยผู้อื่นและเชื่อว่าผู้อื่นก็จะช่วยเหลือ ตนเองเช่นกัน			
1. เห็นอกเห็นใจผู้อื่น	1	.179	
2. ปฏิบัติต่อทุกคนเท่าเทียมกัน	1	.256	
3. เชื่อว่าผู้อื่นมีเจตนาดี	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
4. พุดถึงทุก ๆ คนในทางที่ดี	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
5. เชื่อว่าเมื่อตนเองเดือดร้อนเพื่อนจะ ช่วยเหลือได้	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
6. สงสัยเจตนาที่ซ่อนเร้นของผู้อื่น	1	.233	
7. วิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่นอย่างรุนแรง	.67	.699	
8. สบประมาทผู้อื่น	1	.608	
9. คำนึงประโยชน์ของคนอื่นมากกว่าของ ตัวเอง	.67	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
10. ชอบขัดคอผู้อื่น	1	.577	
11. ตอบโต้ผู้ที่ทำให้ไม่พอใจ	1	.216	
12. ชอบเรียกร้องจากผู้อื่น	1	.590	
13. ชอบว่าคนอื่นให้เสียใจ	1	.605	

ตาราง 17 (ต่อ)

ลักษณะบุคลิกภาพ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
มิติที่ 5: มีสติรู้ผิดชอบ			.818
(Conscientiousness) หมายถึง ควบคุมตนเอง			
วางแผนจัดระบบระเบียบและทำงานจนสำเร็จ มี			
วัตถุประสงค์ มีความตั้งใจแน่วแน่และมักจะประสบ			
ความสำเร็จในการเรียนและการทำงาน เป็นคนที่มี			
ศีลธรรมจรรยา ตรงต่อเวลาและเชื่อถือได้			
1. ทำทุกอย่างตามที่ได้วางแผนไว้	1	.374	
2. เมื่อริเริ่มสิ่งใดก็ทำจนสำเร็จ	1	.462	
3. ทำสิ่งต่าง ๆ ตามแผนที่วางไว้	.67	.553	
4. วางแผนและทำตามแผน	.67	.528	
5. ทำตามแผนที่วางไว้จนเสร็จ	1	.526	
6. มีความมุ่งมั่นต่องานจนสำเร็จได้ดี	1	.573	
7. ทำตามสิ่งที่พูดไว้	1	.509	
8. ทำหน้าที่เสร็จตรงตามเวลาได้เป็นอย่างดี	1	.555	
9. กลัวการทำให้สิ่งที่ไม่ถูกต้อง	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
10. ไม่ค่อยใส่ใจกับงานที่ทำอยู่	1	.447	
11. ต้องถูกกระตุ้นจึงจะลงมือทำงาน	1	.349	
12. ปล่อยให้งานไม่เสร็จ	1	.330	
13. รู้สึกว่าการลงมือทำงานเป็นเรื่องยาก	1	.347	
14. มักทำงานผิดพลาด	1	.333	
15. ทำงานกลางคัน ไม่ได้ทำจนเสร็จ	1	.451	
16. ไม่สนใจความเสียหายของตนเองและผู้อื่น	1	.300	

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก

ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
ด้านที่ :1การรับรู้ความสามารถ (Efficacy)			.864
หมายถึง ความเชื่อมั่นว่าตนเองมีความสามารถและมี ความพยายาม (มีแรงจูงใจ ความคิด หรือการกระทำ) ที่ จะทำงานใดงานหนึ่ง ในบริบทใดบริบทหนึ่ง ให้ประสบ ความสำเร็จ			
1. มั่นใจในการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาที่ติดเยื่อ ได้	1	.552	
2. มั่นใจว่าจะสามารถเป็นตัวแทนของหน่วยงานใน การเข้าประชุมกับทีมผู้บริหาร	1	.633	
3. มั่นใจในการเสนอความคิดเห็นในการปรึกษาหารือ เพื่อหาวิธีพัฒนาโรงแรมให้ก้าวหน้า	1	.679	
4. มั่นใจในการช่วยตั้งเป้าหมายการทำงานใน หน่วยงานของตน	1	.728	
5. มั่นใจในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกโรงแรม เพื่อปรึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น	1	.662	
6. มั่นใจในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ กับกลุ่มเพื่อน ร่วมงาน	1	.711	

ตาราง 18 (ต่อ)

ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
ด้านที่ 2: ความหวัง (Hope) หมายถึง สภาวะแรงจูงใจทางด้านบวก ซึ่งเกิดขึ้นจากการ ทำงานร่วมกันระหว่างสองกระบวนการคือ การมีพลัง ขับเคลื่อนเพื่อทำเป้าหมายให้สำเร็จ และการ วางแผน (และเมื่อจำเป็นก็จะปรับเปลี่ยนแผน) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น			.888
1. เมื่อพบเรื่องยุ่งยากในที่ทำงาน สามารถคิดหา วิธีแก้ไขปัญหาได้หลายวิธี	1	.738	
2. เต็มเปี่ยมไปด้วยพลังที่จะทำงานให้บรรลุ เป้าหมาย	1	.777	
3. เชื่อว่าในทุกปัญหาย่อมมีวิธีการแก้ปัญหาได้ หลายวิธี	1	.679	
4. ค่อนข้างประสบความสำเร็จในการทำงาน	1	.651	
5. สามารถคิดได้หลายวิธีเพื่อบรรลุเป้าหมายใน การทำงานในแต่ละวัน	1	.676	
6. สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	1	.706	

ตาราง 18 (ต่อ)

ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	IOC	ค่า อำนาจ จำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
ด้านที่ 3: การฟื้นคืนภาวะปกติ (Resilience)			
หมายถึง ความสามารถที่จะฟื้นคืนกลับสู่สภาพปกติได้ หลังจากที่ได้เผชิญกับความทุกข์ยาก ความขัดแย้ง ความ ล้มเหลว หรือแม้แต่หลังจากการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง ทางด้านดี แสดงลักษณะในรูปของ การมีคุณสมบัติที่ จำเป็นต่อการเผชิญความท้าทายต่างๆ หรือความเข้าใจใน ตนเองและชีวิต			
1. สามารถจัดการความยุ่งยากต่างๆในที่ทำงานได้ไม่ ทางใดก็ทางหนึ่ง	1	.625	
2. ถ้าจำเป็นต้องทำงานคนเดียว ก็สามารถจัดการงาน ได้โดยไม่พึ่งพาใคร	1	.696	
3. สามารถจัดการกับเรื่องเครียดๆทั้งหลายในการ ทำงานได้อย่างสงบ โดยไม่ให้เรื่องเหล่านี้กระทบกับ งานอื่นๆ	1	.768	
4. สามารถข้ามผ่านช่วงเวลาที่ลำบากในการทำงานได้ เพราะเคยผ่านอุปสรรคเหล่านั้นมาก่อน	1	.706	
5. สามารถจัดการงานหลายอย่างพร้อมกันได้ในเวลา เดียวกัน	1	.662	
6. เวลาที่พบกับความล้มเหลวในงาน เป็นเรื่องยากที่จะ ก้าวข้ามเรื่องราวนั้นและเดินหน้าต่อไป	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง

ตาราง 18 (ต่อ)

ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก	ค่าความ เชื่อมั่น
ด้านที่ 4: การมองโลกในแง่ดี			.737
(Optimism) หมายถึง การคาดหวังว่าสิ่งต่างๆจะ เกิดขึ้นในแบบที่ตนต้องการหรือสิ่งดีๆจะเกิด ขึ้นกับตนเองในอนาคต			
1. แม้ในเวลาที่เราคาดหวังว่าผลของงานจะ ออกมาในลักษณะไหน ก็ยังคาดหวังว่างาน จะออกมาดีที่สุดในที่สุดเสมอ	1	.590	
2. มองเห็นด้านดีของสิ่ง ที่เกี่ยวข้องกับงานของ ฉันได้เสมอ	1	.615	
3. มองเห็นอนาคตการทำงานของฉันในทางที่ดี	1	.468	
4. เชื่อว่าในการทำงานเมื่อมีเรื่องร้ายก็มีเรื่องดี แฝงอยู่เสมอ	1	.477	
5. เชื่อว่า หากจะเกิดข้อผิดพลาดใดๆในการ ทำงาน ทำยที่สุดข้อผิดพลาดนั้นก็ต้องเกิด ขึ้นอยู่ดี	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
6. รู้สึกว่าสิ่งต่างๆ ในงานของฉันไม่เคยเกิดขึ้น ตามที่ต้องการเลย	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง

ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถามแบบวัดพฤติกรรมกาารให้บริการ

พฤติกรรมกาารให้บริการ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก (พนักงาน)	ค่าอำนาจ จำแนก (หัวหน้างาน)	ค่าความ เชื่อมั่น
ด้านที่ 1: ความเป็นรูปธรรมของ บริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะ ทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นของ พนักงานโรงแรม เช่น การแต่งกาย กิริยาท่าทางในขณะที่ให้บริการอยู่ใน/ พื้นที่ให้บริการ การดูแลความสะอาด เรียบร้อยของเสื้อผ้าและร่างกาย				พนักงาน= .896 หัวหน้างาน= .915
1. จัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ ผู้รับบริการให้พร้อมอยู่ตลอดเวลา	1	.619	.693	
2. รักษาความสะอาดและความ เรียบร้อยของบริเวณที่ให้บริการ	1	.677	.730	
3. เมื่อพื้นที่ ที่ให้บริการเกิดความ สกปรก พนักงานจัดการให้กลับสู่ สภาพเดิมอย่างรวดเร็ว	.67	.654	.755	
4. แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่สะอาด เรียบร้อย	.67	.759	.716	
5. ดูแลร่างกาย (เช่น ผม ฟัน เล็บ ฯลฯ) ให้สะอาดอยู่เสมอ	.67	.728	.689	
6. ใช้อุปกรณ์ต่างๆ ของโรงแรมในขณะที่ ให้บริการอย่างถนอมรักษา	.67	.647	.558	
7. แสดงสีหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสในขณะที่ ให้บริการ	1	.705	.710	
8. ไม่แสดงท่าทางเหนื่อยหน่ายในขณะที่ ให้บริการ	.67	.559	.704	
9. ดูแลเครื่องแต่งกายของตนเองให้มี สภาพที่ใช้งานได้เสมอ	1	.618	.776	

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมบริการให้บริการ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก (พนักงาน)	ค่าอำนาจ จำแนก (หัวหน้างาน)	ค่าความ เชื่อมั่น
ด้านที่ 2: ความเชื่อมั่นวางใจได้				พนักงาน= .875
(Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับคำสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้				หัวหน้างาน= .897
1. ใส่ใจกับสิ่งที่ได้สัญญาไว้กับผู้รับบริการ และติดตามทำจนสำเร็จ ลุล่วง	1	.600	.749	
2. ทำงานที่ผู้รับบริการร้องขอ อย่างเต็มความสามารถ	1	.651	.707	
3. ทำให้ผู้รับบริการพอใจได้ตั้งแต่ครั้งแรก	1	.697	.636	
4. เมื่อผู้รับบริการมีปัญหา พนักงานแสดงความสนใจที่จะแก้ปัญหานั้นอย่างจริงจัง	1	.767	.703	
5. พนักงานพยายามที่จะไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ	1	.642	.670	
6. ให้บริการได้ตรงตามเวลาที่แจ้งไว้	1	.638	.700	
7. ให้บริการด้วยคุณภาพที่ดีเช่นเดิมทุกครั้ง	1	.608	.753	

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมบริการ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก (พนักงาน)	ค่าอำนาจ จำแนก (หัวหน้างาน)	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านที่ 3: การตอบสนองต่อ				พนักงาน= .874
ผู้รับบริการ (Responsiveness)				หัวหน้างาน= .919
หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน				
1. พร้อมที่จะให้บริการทันทีที่ผู้รับบริการเข้ามาปรากฏ	1	.716	.701	
2. แจ้งให้ผู้รับบริการทราบว่า งานที่ถูกร้องขอจะสำเร็จลงเมื่อใด	1	.710	.713	
3. ให้บริการด้วยหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส	.67	.691	.667	
4. แสดงความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ	1	.652	.776	
5. มีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ	1	.698	.739	
6. ไม่เคยปฏิเสธงานที่ผู้รับบริการร้องขอ	1	.455	.732	
7. ยินดีตอบคำถามผู้รับบริการทุกเมื่อ	1	.666	.769	
8. เมื่อเกิดปัญหา พนักงานพยายามแก้ไขปัญหาย่างรวดเร็ว	1	.511	.764	

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมบริการ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก (พนักงาน)	ค่าอำนาจ จำแนก (หัวหน้างาน)	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านที่ 4: การให้ความมั่นใจ				พนักงาน= .906
แก่ผู้รับบริการ (Assurance)				หัวหน้างาน = .944
หมายถึง				
ความสามารถในการสร้างความ				
เชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ				
ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะ				
และความรู้ มีความใส่ใจ สุภาพ				
เป็นมิตร ซื่อสัตย์ และมีความ				
ปลอดภัยต่อผู้รับบริการ				
1. การปฏิบัติงานของพนักงาน	1	.720	.732	
ทำให้ผู้รับบริการเกิดความ				
เชื่อมั่น				
2. ประสานงานได้ดีและสามารถ	.67	.646	.690	
ทำงานเป็นที่				
3. แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	1			
4. ยังคงให้บริการแก่	1	.556	.761	
ผู้รับบริการที่ยังค้างคาอยู่				
แม้ว่าจะหมดเวลาของ				
ตนแล้วก็ตาม				
5. ให้บริการอย่างสุภาพ	1	.641	.748	
6. สามารถสื่อสารให้ผู้รับบริการ	1	.663	.805	
เข้าใจในสิ่งที่ตนต้องการจะ				
บอก				

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมบริการ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก (พนักงาน)	ค่าอำนาจ จำแนก (หัวหน้างาน)	ค่าความเชื่อมั่น
7. ตอบคำถามได้ตรงประเด็น และถูกต้อง	1	.647	.780	
8. ให้บริการโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้รับบริการเป็นสำคัญ	1	.732	.677	
9. เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการแจ้งให้ผู้รับบริการทราบตามความเป็นจริงทันที	1	.641	.786	
10. รู้และปฏิบัติตามขั้นตอนของงานบริการได้อย่างถูกต้อง	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง	
11. ระมัดระวังที่จะไม่สร้างความยุ่งยากหรือปัญหาให้แก่ผู้รับบริการ	1	.654	.846	

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมบริการให้บริการ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก (พนักงาน)	ค่าอำนาจ จำแนก (หัวหน้างาน)	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านที่ 5: การรู้จักและเข้าใจใน				พนักงาน= .885
ผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง				หัวหน้างาน = .925
ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่				
ผู้รับบริการแต่ละคนที่มีความ				
ต้องการที่แตกต่างกัน เช่น มี				
ความเห็นอกเห็นใจและพร้อมที่จะ				
ช่วยเหลือ มีความอดทน				
ผู้รับบริการเข้าถึงและติดต่อได้ง่าย				
1. ยอมรับว่าผู้รับบริการแต่ละคน	1	.617	.677	
มีความต้องการแตกต่างกัน				
2. รับฟังความต้องการของ	1	.590	.756	
ผู้รับบริการแต่ละคนอย่าง				
ตั้งใจ				
3. ไม่บริการมากเกินไปจน	1	.539	.766	
ผู้รับบริการเกิดความอึดอัด				
4. ศึกษาเพื่อให้เข้าใจความ	1	.610	.618	
ต้องการและความคาดหวัง				
ของผู้รับบริการแต่ละคน				
5. จดจำรายละเอียดของ	1	.637	.690	
ผู้รับบริการแต่ละคน เพื่อ				
ให้บริการได้ตรงกับความ				
ต้องการ				
6. ใช้ภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจ	1	.709	.755	
ง่าย				

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมกรให้บริการ	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก (พนักงาน)	ค่าอำนาจ จำแนก (หัวหน้างาน)	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านที่ 5 การรู้จักและเข้าใจใน				
ผู้รับบริการ (Empathy) (ต่อ)				
7. มีความอดทนต่อผู้รับบริการที่ มีความต้องการหลากหลาย	1	.694	.739	
8. ช่วยให้ผู้รับบริการเข้าถึงและ ติดต่อได้ง่าย	1	.709	.797	
9. ให้บริการที่ตรงกับความ ต้องการของผู้รับบริการ	1	.698	.780	

ตาราง 20 แสดงผลการประเมินคู่มือจากผู้เชี่ยวชาญ

รายละเอียด	ระดับการประเมินผล
ด้านอรรถประโยชน์	
1. นำไปใช้ปฏิบัติในการทำให้เกิดพฤติกรรมทำให้บริการที่ดีของพนักงานโรงแรมได้จริง	4.33
2. มีการระบุแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน	4
3. คู่มือมีความคุ้มค่าในการนำไปใช้ประโยชน์	4.66
4. คู่มือมีประโยชน์ต่อองค์กร	5
ด้านความเป็นไปได้	
1. คู่มือมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ในองค์กร	4.33
2. การปฏิบัติตามคู่มือนำไปสู่การพัฒนาพฤติกรรมทำให้บริการที่ดีของพนักงานโรงแรมได้จริง	4.33
3. ผลที่ได้จากคู่มือมีความเป็นไปได้ว่าตรงกับความเป็นจริง	4
4. ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถใช้คู่มือนี้ได้อย่างสะดวก	4
ด้านความเหมาะสม	
1. มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้กับพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว	4.66
2. เนื้อหาของคู่มือครบถ้วนเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน	5
3. การวัดประเมินผลการใช้คู่มือมีความเหมาะสม	4
4. การใช้คู่มือไม่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	5
ด้านความถูกต้อง	
1. ขั้นตอนการสร้างคู่มือถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ	4
2. คู่มือมีการระบุแนวคิดทฤษฎีอย่างถูกต้อง	4.33
3. คู่มืออธิบายขั้นตอนต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง	4
4. การพิมพ์เนื้อหาคู่มือถูกต้อง	4.66



ที่ วตธ.856/2562

16 ธันวาคม พ.ศ. 2562

เรื่อง แจ้งผลการพิจารณาบทความวิจัยเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารวิทยาลัยดุสิตธานี
เรียน นางสาวพัช พชรเสฐียร และ รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภฎี โยเหลา

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัย เรื่อง "การทดสอบทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานโรงแรมและคู่มือการพัฒนาพฤติกรรม (Theoretical Test of A Five-Factor Theory of Personality and Positive Psychological Capital influencing the Service Behavior of Hotel Staff and the Development of a Behavior Development Manual)" มาเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิทยาลัยดุสิตธานีนั้น

ในการนี้ กองบรรณาธิการวารสารฯ ขอเรียนว่า ได้รับบทความวิจัยเรื่องดังกล่าว และดำเนินการตามขั้นตอนในการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว โดยจะลงตีพิมพ์ในวารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2563 ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ และขอขอบคุณที่ได้ส่งบทความวิจัยมาตีพิมพ์ และหวังว่าท่านจะให้ความสนใจส่งบทความวิจัยเพื่อเสนอตีพิมพ์ในวารสารวิทยาลัยดุสิตธานีอีกในโอกาสต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(ดร.ศิริพงศ์ รักไหม)

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา

บรรณาธิการวารสารวิทยาลัยดุสิตธานี

หมายเหตุ : วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ISSN 1906-070X เป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพ
จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI : Thai Journal Citation Index Centre) อยู่ในฐานข้อมูลกลุ่มที่ 1
ประกาศ ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2558



BEYOND
EDUCATION

DTC.856/2019

16 December 2019

Decision on your manuscript – Dusit Thani College Journal

Dear Miss Pat Pacharasathien and Associate Professor, Dusadee Yoelao, Ph.D.

Your submitted article entitled "Theoretical Test of A Five-Factor Theory of Personality and Positive Psychological Capital influencing the Service Behavior of Hotel Staff and the Development of a Behavior Development Manual" has now been reviewed. I am pleased to accept your article, which will be published in Dusit Thani College Journal Year 2020 Volume 14 Issue 2 (May - August 2020).

Thank you for your contribution to Dusit Thani College Journal and we look forward to receiving further submissions from you.

Best regards,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'S. Rugmai', written in a cursive style.

Siripong Rugmai, Ph.D.

Vice President of Research and Development Division, Dusit Thani College

Editor of Dusit Thani College Journal

Remark: Dusit Thani College Journal ISSN 1906-070X is a certified quality journals in Group 1 (Tier1) of Quality Assessment by Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre. The last evaluation round was announced in 31 May 2015.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พัช พชรเสฐียร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2544 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2546 ประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พ.ศ. 2553 การศึกษามหาบัณฑิต (จิตวิทยาพัฒนาการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ. 2557 ประกาศนียบัตรหลักสูตรศิลปะการแต่งหน้า Make Up Arts And Technique School พ.ศ. 2558 ประกาศนียบัตรหลักสูตรการออกแบบทรงผม โรงเรียนศูนย์การศึกษาศิลปะความงามนานาชาติ พ.ศ. 2562 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (จิตวิทยาประยุกต์: อุตสาหกรรมและองค์กร) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	55/322-324 หมู่ที่ 9 ต.ลาดสวาย อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12150