

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีที่มาจากความกังวลต่ออิทธิพลจากข้อตกลงยอมรับร่วมคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพอาเซียน ด้านการท่องเที่ยว ที่อาจส่งผลให้ประเทศไทยลดทอนความแตกต่างในการส่งมอบบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและจิตบริการ ดังนั้น วัตถุประสงค์โดยองค์รวมของงานวิจัยนี้ ก็เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์สมรรถนะโดดเด่นจิตบริการแบบไทยเพื่อการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและจิตบริการ การวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบผสานวิธีกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการและผู้สอนด้านท่องเที่ยวและจิตบริการ รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน การสำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 196 คน และการประชุมกลุ่มย่อยสี่ครั้งที่มีกลุ่มตัวอย่างรวมกัน 176 คน งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์คำ การพัฒนาอิม และวิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ผลการวิจัยพบสมรรถนะจิตบริการแบบไทย 46 รายการ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สมรรถนะเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและการสร้างกำไรแก่องค์กร สมรรถนะเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สมรรถนะทัศนคติที่เกี่ยวกับตนเอง โดยรายการสมรรถนะที่มีความสำคัญอันดับหนึ่งถึงห้าในการรับรู้ทำให้เห็นความต้องการเสริมสร้าง ความซื่อสัตย์ มีจริยธรรมให้เกิดแก่พนักงาน พัฒนาทักษะการสื่อสาร พัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหา การพัฒนาวิธีคิดและภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ และหลักการทำงานเป็นทีม โดยในความเห็นของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ทัศนคติต่อตนเองของบุคลากร คือสิ่งที่สำคัญอันดับหนึ่ง ที่ต้องการการพัฒนา รองลงมาคือ ทักษะปฏิบัติ และน้อยที่สุด คือ ความรู้ทางทฤษฎี นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบสมรรถนะเชิงจิตวิญญาณการบริการแบบไทย 9 ด้าน ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของค่านิยมวัฒนธรรมไทย ได้แก่ ไร่เรียงใจ มารยาทไทย มีน้ำใจ เกรงใจ เชื่อฟัง ใส่ใจ ไม่เป็นไร ใจซื่อ และ ใจรัก ผลจากการวิจัยยังแสดงให้เห็นรูปแบบของวิธีการสร้างหรือถ่ายทอดสมรรถนะจิตบริการแบบไทยในสองระยะ คือระยะก่อนการเข้าสู่สถานประกอบการได้แก่ การพัฒนาจิตบริการแบบไทยในระดับครอบครัว ระดับการเรียนรู้เยาวชน และภายในสถาบันอุดมศึกษา รวมถึง การคัดเลือกก่อนเข้าสถานประกอบการ กับระยะกระบวนการหลักในสถานประกอบการ ได้แก่ การถ่ายทอดขั้นต้น (Elementary Transfer of competency) คือ การอบรม การถ่ายทอดขั้นกลาง คือ การสั่งสอน และการถ่ายทอดขั้นสูง (Advanced transfer of competency) คือ การปลูกฝัง ซึ่งในขั้นสูงนี้ ประกอบด้วย กิจกรรมห้าแนวทางด้วยกัน ได้แก่ ความเป็นบุคคลต้นแบบของเจ้าของกิจการ, การพัฒนาผู้นำด้านจิตบริการ, การใช้แนวคิดห่วงโซ่บริการและกำไรพร้อมความสุข, การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้วยจิตวิญญาณในการให้บริการ และการใช้โครงการทางศาสนาและความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาความเป็นผู้ให้บริการ

คำสำคัญ สมรรถนะจิตบริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ค่านิยมวัฒนธรรมไทย

Abstract

This research based on the concerns that the ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals may de-differentiate the service delivery in the tourism and hospitality, Thailand. Therefore, the holistic aim of this research is to analyze and synthesize the distinctive hospitality competency for development of tourism and hospitality personnel in Thailand. This research adopted the mix methods as the major research approach. The samples are tourism and hospitality entrepreneur and instructor and experts in human resource development. The researcher conducted in-depth interview with 80 informants, opinion survey with 196 informants and 4 times of focus group discussion with 176 participants. This research's data analysis process used content analysis, word analysis, thematic development, descriptive analysis statistics.

The results from this research identified 46 Thai hospitality competencies which can be divided into three groups: biz savvy, people savvy and self savvy. The first five most important competencies ranked by the research informants could imply the needs of tourism and hospitality entrepreneur in developing the honesty and ethic, communication skills, problem solving skills, image and mentality of professionals, and working as a team skills for their employee. According to the informants in this research, attitude toward oneself is the most important basis for competency, followed by practice skills and the least important to them is knowledge of theory. Besides, this research reveals spiritual Thai Hospitality competency in 9 terms based on Thai cultural value which are delightful mind, Thai courtesy, generous, considerate, respectful, empathy, never mind, honest and sincere, passionate. Results also show how to transfer or create hospitality competencies in two phases. First phase is the phase prior to workplace including family based, juvenile based and bachelor based level of transfer and also the recruitment of employee. The second phase is in the workplace. There are three levels including the elementary transfer of competency or the training, the intermediate transfer of competency or the coaching, and the advanced transfer of competency or immersion. The latter one consists of five approaches which are the owner as the role mode, the hospitality leader development, the service-profit and happiness chain, the organizational culture and the religious based and CSR activities.

Keywords: hospitality competency, human resource development, Thai cultural value