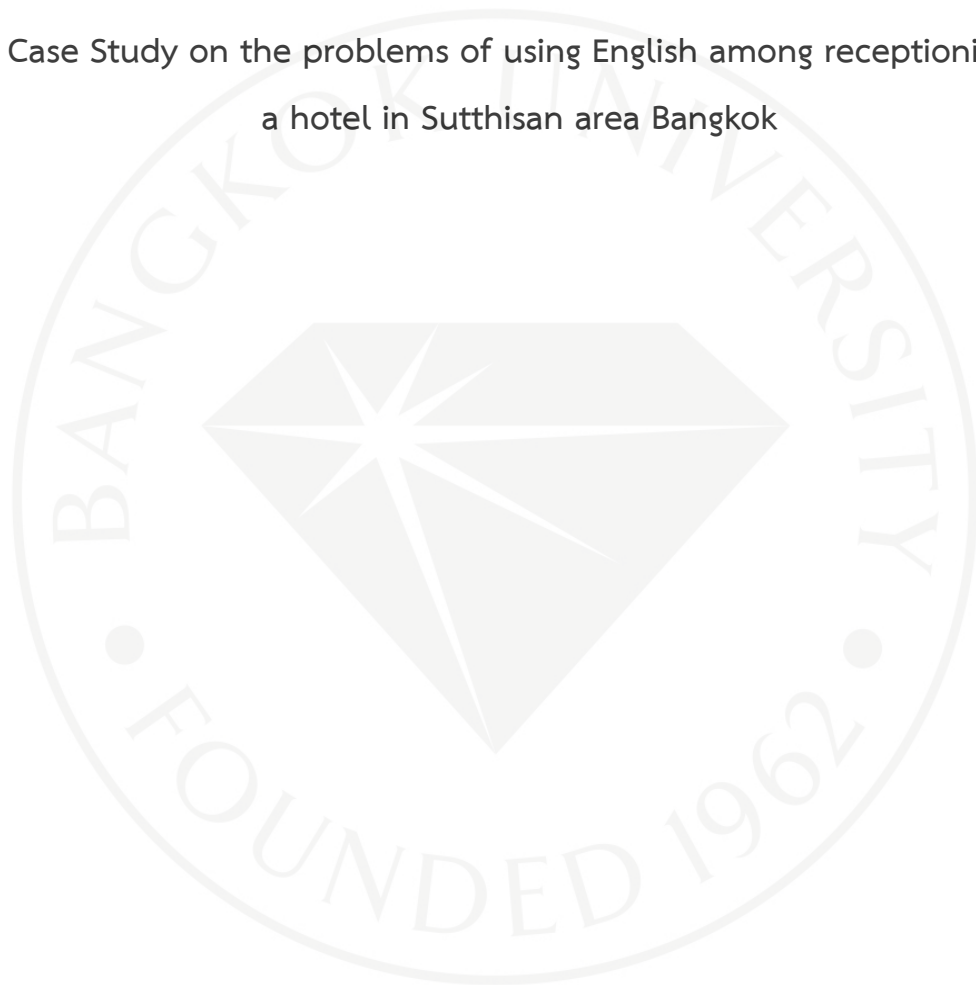


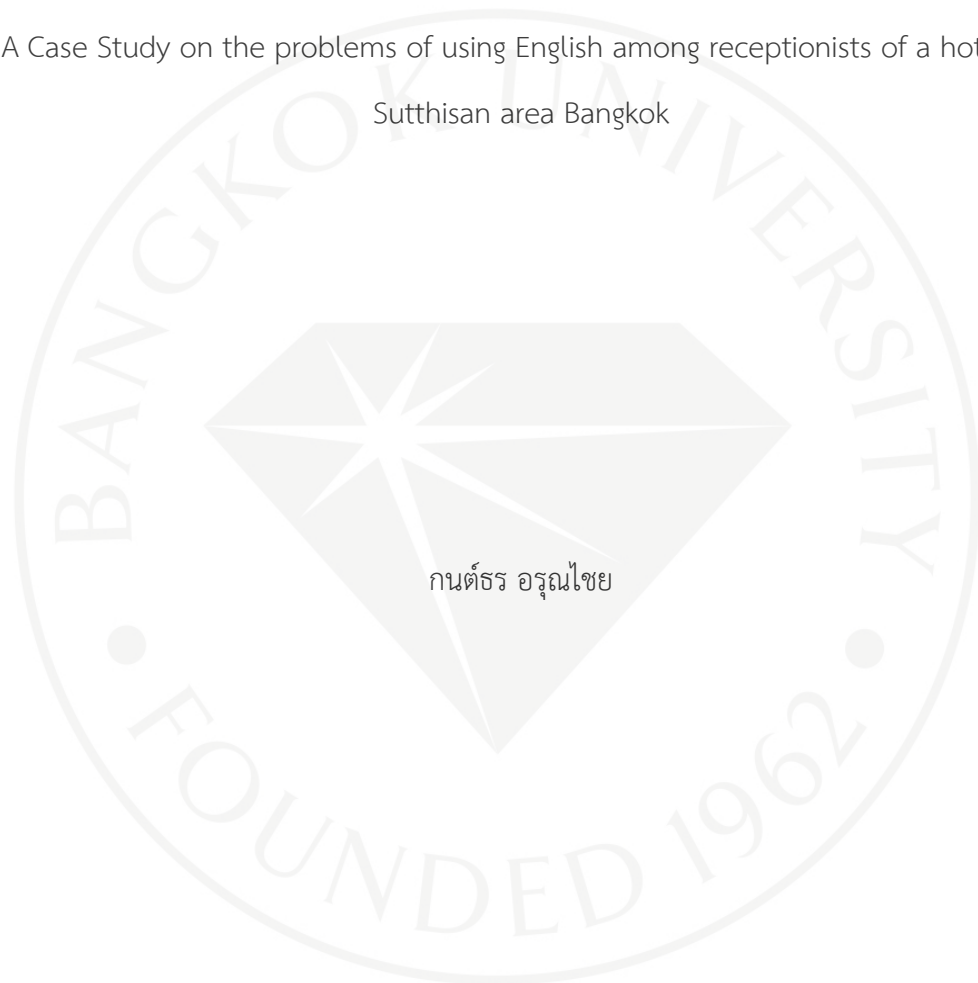
การศึกษา ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า กรณีศึกษา :
โรงแรมแห่งหนึ่งในย่านสุทธิสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

A Case Study on the problems of using English among receptionists of
a hotel in Sutthisan area Bangkok



การศึกษา ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า กรณีศึกษา : โรงแรมแห่งหนึ่งใน
ย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

A Case Study on the problems of using English among receptionists of a hotel in
Sutthisan area Bangkok



กนต์ธร อรุณไชย

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



©2563

กนต์ธร อรุณไชย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งตามหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว

เรื่อง การศึกษา ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า กรณีศึกษา : โรงแรมแห่ง
หนึ่งในย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย กนต์ธร อรุณไชย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผส.ดร. ดวงธิดา นันทาภีรัตน์)

ผู้เชี่ยวชาญ

()

อ. วิรัตน์ รัตตากร

(คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย)

...../...../.....

กนต์ธร อรุณไชย. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, สิงหาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษา ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า กรณีศึกษา : โรงแรมแห่งหนึ่งในย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร (90 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร. ดวงธิดา นันทาภรณ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของพนักงานต้อนรับในโรงแรมแห่งหนึ่ง ย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 15 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างระดับปฏิบัติการ (Operation) 10 คน และระดับบริหาร (Management) 5 คน การนำเสนอข้อมูลและผลจากการวิจัยแบบ Content Analysis การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อตีความและบรรยายให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จากผลการศึกษาพบว่า

1. ปัญหาที่พนักงานมีเหมือนกันคือปัญหาเกี่ยวกับสำเนียงการใช้ภาษาอังกฤษของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความแตกต่างกัน ทำให้พนักงานเกิดความสับสนด้านการใช้คำศัพท์ อาทิ โทรศัพท์มือถือ ในบางประเทศใช้คำว่า Telephone บางประเทศใช้คำว่า Cellphone บางประเทศใช้คำว่า Mobile phone
2. พนักงานใช้วิธีการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้วยตนเองผ่านการดูซีรี่ย์, ภาพยนตร์, รายการโทรทัศน์ หรือฟังเพลงที่เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้เกิดความคุ้นชินกับภาษาอังกฤษ
3. พนักงานมีความเห็นตรงกันว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมีความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน รวมถึงแสดงถึงความมีมาตรฐานขององค์กร เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

คำสำคัญ: พนักงานต้อนรับส่วนหน้า, การสื่อสาร, การให้บริการ, คุณภาพการให้บริการ, การกลับมาใช้บริการซ้ำ

Arunchai, G. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), August 2020,
Graduate School, Bangkok University.

A Case Study on the problems of using English among receptionists of a hotel in
Sutthisan area Bangkok (90 pp.)

Advisor: Assist. Prof. Duangthida Nunthapirat, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this study was to study problems of English language usage in service for foreign tourists of receptionists in a hotel in Sutthisan district, Bangkok. Using tools as in-depth interviews. Data were collected from a sample group of 15 people, at the operating level (Operation) 10 people and the management level (Management) 5 people. To interpret and describe the problems that arise from the study found that

1. Employees have common problem of English accent. Foreign customers have different accents so it causes employees do not clearly understand some vocabularies.

2. Employees improve their English's proficiency and skills by themselves through watching series, movies, TV shows or listening to English songs so they become familiar with the words and sound.

3. Employees agree that English is essential for communicating with foreign customers because it's an international language. It shows that university concerns about the organisation's standards, employees' skill and capabilities. This consequently leads to customer satisfaction and repurchasing the service repeatedly.

Keywords: Receptionists, Communicate, Service, Service Quality, Repurchasing

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.ดวงธิดา นันทาภีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งให้ความรู้ การแนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในเนื้อหางาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ทำให้งานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนในเนื้อหา สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ตลอดปีการศึกษา และสามารถนำวิชาการต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

กนต์ธร อรุณไชย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	6
2.2 แนวคิดความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ	7
2.3 แนวคิดการให้บริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม	9
2.4 แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การเรียนรู้ทักษะการพูดภาษาต่างประเทศ	9
2.5 แนวคิดเรื่องวิธีการฝึกฝนทักษะการพูดภาษาอังกฤษ	10
2.6 แนวคิดลักษณะการบริการ	10
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ	11
2.8 แนวคิดรูปแบบคุณภาพการบริการ	13
2.9 แบบจำลองคุณภาพบริการ SERVQUAL	14
2.10 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้	15
2.11 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 วิธีการศึกษา	25
3.2 แหล่งข้อมูล	25
3.3 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	25
3.4 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล	26
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.7 การตรวจสอบข้อมูล	27
3.8 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	28
3.9 การนำเสนอข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์	29
4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษที่พนักงานพบเจอ	30
4.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษของตนเอง	37
4.4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ	45
4.5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ	62
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของพนักงาน	68
5.2 ผลการวิเคราะห์ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษที่พนักงานพบเจอ	68
5.3 ผลการวิเคราะห์วิธีการพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษของพนักงาน	71
5.4 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ	73
5.5 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ	76
5.6 อภิปรายผล	77
5.7 ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	87
ประวัติผู้เขียน	90

สารบัญ (ต่อ)

เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในการค้นคว้าอิสระ

หน้า

91



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1.1 : รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย พ.ศ. 2551 - 2560	2
ตาราง 1.2 : จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย พ.ศ. 2551 - 2560	2
ตาราง 4.1 : ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์	30



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 : ภาพรวมคุณภาพของการบริการ	13
ภาพที่ 2.2 : องค์ประกอบของความคาดหวังและการรับรู้	16
ภาพที่ 2.3 : กรอบแนวคิดในการศึกษา	24
ภาพที่ 4.1 : แผนภูมิแสดงการจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่เคย/ไม่เคยได้รับการทดสอบภาษาอังกฤษ	60



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีการดำเนินงานธุรกิจขนาดใหญ่ มีขอบเขตการทำงานที่กว้างขวาง และเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยธุรกิจปลีกย่อยอีกหลายประเภท เช่น ธุรกิจโรงแรม, ที่พัก ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้ให้บริการกับทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นอย่างมากในการเป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างพนักงานที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการ สำหรับพนักงานที่ทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจด้านโรงแรม การสื่อสารภาษาอังกฤษเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ โดยเฉพาะกับพนักงานต้อนรับที่ต้องติดต่อสื่อสารกับผู้เข้าพักในโรงแรมที่เป็นชาวต่างชาติ หากพนักงานต้อนรับไม่สามารถสื่อสารกับผู้เข้าพักได้ อาจทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร หรือทำให้เข้าใจผิดระหว่างพนักงานและผู้เข้าพักได้ (มินตรา ไชยชนะ, สรศักดิ์ เชี่ยวชาญ และ สุดารัตน์ ทองเณร, 2559)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยคณะรัฐมนตรีได้มีจัดทำข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้อยหลัง 10 ปี ตั้งแต่ปี 2551-2560 ซึ่งมีตัวเลขต่างๆที่น่าสนใจ สะท้อนให้เห็นถึงความเติบโตทางเศรษฐกิจไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ รวมทั้งผลพวงจากสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี จำนวนนักท่องเที่ยว พ.ศ. 2551-2560 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 14.5 ล้านคน ในปี 2551 เป็น 35.5 ล้านคน ในปี 2560 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (ปี 2559) ซึ่งมีสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 32.5 ล้านคน เท่ากับว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 8.77 ซึ่งรายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวนั้น เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 5.74 แสนล้านบาท ในปี 2551 เป็น 1.83 พันล้านบาท ในปี 2560 พบว่าอัตราการขยายตัวของรายได้รวมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (ปี 2559) เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.66 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

ตารางที่ 1.1: รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย พ.ศ. 2551 - 2560

รายได้	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560
ล้านบาท	574,520.52	510,255.05	592,794.09	776,217.20	983,928.36	1,207,145.82	1,172,798.17	1,457,150.28	1,633,154.68	1,831,104.99
ล้านดอลลาร์	17,281.00	14,914.87	18,737.72	25,488.58	31,689.01	39,313.05	36,140.80	42,578.78	46,300.31	53,985.18

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ พ.ศ. 2551 - 2560. สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>.

ตารางที่ 1.2: จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย พ.ศ. 2551 - 2560

หน่วย: คน	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560
รวม	14,584,220	14,149,841	15,936,400	19,230,470	22,353,903	26,546,725	24,809,683	29,923,185	32,529,588	35,591,978

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ พ.ศ. 2551 - 2560. สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>.

ทั้งนี้จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา(ปี 2551- ปี 2560) และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนมากขึ้นอีกในอนาคต เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลและเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการสื่อสารกับประชาคมโลกได้อย่างไร้ขีดจำกัด ภาษาอังกฤษถือว่าเป็นสื่อในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในแขนงต่างๆได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการพัฒนาประเทศไทยให้มีความเจริญก้าวหน้าและทัดเทียมกับนานาชาติในโลกจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาศักยภาพของประชากรของประเทศให้มีความรู้และความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษให้ได้เป็นอย่างดี และประเทศไทยเองก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษมาโดยตลอด ดังจะเห็นได้จากการจัดการศึกษา ได้กำหนดให้มีการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษในการเรียนระดับต่างๆตั้งแต่ระดับอนุบาลหรือเตรียมอนุบาลจนถึงระดับมหาวิทยาลัย เพื่อให้ประชาชนสามารถสื่อสารกับประเทศต่างๆได้ด้วยทักษะทุกด้าน การฟัง พูด อ่าน และเขียน ซึ่งเป็น

ทักษะที่สำคัญในการสื่อสารภาษาอังกฤษ (เจนจิรา ชัยปาน, ทรายขวัญ พนมแก้ว และสิทธิ ศรีนาค, 2556)

พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมเป็นส่วนแรกที่จะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักได้ นอกจากนี้ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษมีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างยิ่งในฐานะที่เป็นภาษาหลักในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยี่ยมชมเยือนประเทศไทย องค์การนานาชาติที่เชี่ยวชาญเรื่องการฝึกอบรมภาษา การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา หลักสูตรการศึกษาเชิงวิชาการและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม (EF Education First, 2561) จัดอันดับความสามารถทางภาษาอังกฤษขององค์กร ในปี ค.ศ. 2018 (พ.ศ. 2561) พบว่าระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษของประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 64 จากจำนวน 88 ประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสามารถทางทักษะด้านภาษาอังกฤษของประชาชนในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำมาก จึงควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทางด้านภาษาอังกฤษเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของทั้งตัวบุคคลเองและคุณภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวและส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศชาติโดยรวม

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษ วิธีการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้วยตนเองของพนักงานต้อนรับในโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นแหล่งที่พักอาศัยที่สามารถเดินทางได้สะดวก มีความสะดวกสบายในการใช้งานขนส่งสาธารณะทั้ง รถไฟใต้ดิน, แท็กซี่, รถเมย์ ฯลฯ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัญหาทักษะในการสื่อสารภาษาอังกฤษผ่านบริบทของพนักงานต้อนรับในโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงวิธีการที่ใช้ในการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับในโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาปัญหาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรมทั้งระดับปฏิบัติการและระดับบริหารจำนวน 15 คน

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหาร (Supervisor, Asst. Manager หรือ Manager) จำนวนทั้งสิ้น 15 คน แบ่งออกเป็นระดับปฏิบัติการ (Operation) จำนวน 10 คน และระดับบริหาร (Supervisor, Asst. Manager หรือ Manager) จำนวน 5 คน

1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยข้อคำถามในการสัมภาษณ์จำนวน 20 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สร้างขึ้นเองจากการทบทวนเนื้อหาวรรณกรรม วิธีเก็บข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ศึกษาโดยวิธีการสอบถามถึงพฤติกรรมและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารกับผู้เข้าพักที่เป็นชาวต่างชาติ จากมุมมองของพนักงานในระดับปฏิบัติการเองและจากมุมมองของหัวหน้างานในระดับบริหาร

1.6 นิยามศัพท์

1. พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรม หมายถึง พนักงานที่ทำหน้าที่ต้อนรับ หรือ รับรองแขก หรือผู้ที่เข้ามาในองค์กร หรือสถานประกอบการ ติดต่อสอบถาม ขอทราบชื่อ และความประสงค์ ของผู้มาติดต่อ จัดสรร ประสานงาน อำนวยความสะดวก ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้มาติดต่อ
2. ภาษาอังกฤษที่ใช้ในการทำงาน หมายถึง ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงาน(ฟัง,พูด,อ่าน และ เขียน) เพื่ออธิบาย สื่อสาร รายละเอียดของงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการ

ทำงาน ให้เกิดความเข้าใจตรงกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดที่ตั้งไว้ และเพื่อผลลัพธ์ในการทำงานที่ดีที่สุด

3. พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมระดับปฏิบัติการ หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการแก่ผู้เข้าพักโดยตรง มีหน้าที่ในการต้อนรับ Bookห้องพัก ให้คำแนะนำ ทำหน้าที่ Cashier ฯลฯ

4. พนักงานระดับหัวหน้างาน หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่ไม่ต้องให้บริการกับลูกค้าโดยตรง แต่มีหน้าที่บริหารจัดการพนักงานระดับปฏิบัติการโดยรวม และแก้ไขปัญหาหรือสถานการณ์เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นในแต่ละวันในเวลาปฏิบัติหน้าที่ของตน



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของพนักงานต้อนรับ ส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งในย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ (Communicative Competence)
3. แนวคิดการให้บริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม
4. แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การเรียนรู้ทักษะการพูดภาษาต่างประเทศ
5. แนวคิดเรื่องวิธีการฝึกฝนทักษะการพูดภาษาอังกฤษ
6. แนวคิดลักษณะการบริการ
7. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ
8. แนวคิดรูปแบบคุณภาพการบริการ
9. แบบจำลองคุณภาพบริการ SERVQUAL
10. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้
11. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (อ้างถึงใน ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร, 2558) ได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยกำหนดประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานต้อนรับ รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดค่าทางสถิติมากกว่าตัวแปรอื่นๆ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. อายุ (Age) หมายถึง กลุ่มอายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นและประสบการณ์ในการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักที่แตกต่างกัน ตามแต่ละช่วงเวลา พนักงานที่อายุน้อยอาจมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมาก แต่ประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะยังคงมีน้อย แต่หากเป็น

พนักงานที่มีอายุการทำงานมาก อาจมีแรงกระตุ้นในการทำงานน้อยลง แต่ประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้านั้นอาจมีสูงกว่าพนักงานที่อายุน้อยกว่า

2. เพศ (Sex) หมายถึง พนักงานให้บริการที่มีเพศต่างกันย่อมมีลักษณะการให้บริการที่แตกต่างกันหรือมีความเหมาะสมในการทำหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป เช่น พนักงานชาย อาจทำงานที่ต้องใช้กำลังหรือออกแรงมากๆ ได้ดีกว่าพนักงานหญิง แต่ในขณะเดียวกันพนักงานหญิงอาจมีความเหมาะสมในการเจรจาติดต่อกับลูกค้ามากกว่าเพศชาย

3. การศึกษา (Education) เป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่มีความสำคัญต่อประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานต้อนรับของโรงแรม โดยทั่วไปแล้ว พนักงานที่มีรายได้มากกว่า อาจจะมีภาระงานที่ได้รับเยอะกว่าพนักงานทั่วไป เช่นเดียวกัน พนักงานที่มีการศึกษาสูงกว่าย่อมได้รับงานที่ยากกว่าและต้องใช้ความรู้มากกว่าพนักงานที่มีการศึกษาน้อย

4. ประสบการณ์ในการทำงาน (Work Experience) หมายถึง สภาพการทำงานที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับ ได้แก่ ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร ความรู้สึกว่าคุณคือคนที่พึ่งพิงได้ ทักษะติดต่อเพื่อนร่วมงาน และองค์กร และความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร (Steers., 1997 อ้างถึงใน นฤทธิ ฤทธิคำรพ และประสพชัย พสุนนท์, 2560)

2.2 แนวคิดความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ (Communicative Competence)

(ทียาพร ศิลปี, 2559) กล่าวว่าคนที่บุคคลจะสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จำเป็นจะต้องมีความรู้ความสามารถทั้ง 4 ด้าน อันประกอบด้วย

1. ความสามารถในการใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องตามหลักภาษาศาสตร์หรือตามหลักไวยากรณ์ (Grammatical Competence) หมายถึง ต้องมีความรู้ทางด้านภาษาในขั้นที่สามารถนำไปใช้ในการแต่งประโยคที่สื่อความหมายได้ จะต้องออกเสียงได้อย่างถูกต้อง ไปจนถึงการสนทนาโต้ตอบด้วยสำเนียง และจังหวะที่เจ้าของภาษาฟังแล้วจะพอเข้าใจได้ สามารถจำแนกออกเป็น

- 1.1 ความรู้ด้านคำศัพท์ (Vocabulary Knowledge)
- 1.2 ความรู้ด้านประเภทของคำ (Morphological Knowledge)
- 1.3 ความรู้ด้านโครงสร้างของประโยค (Syntactic Knowledge)
- 1.4 ความรู้ด้านความหมายของคำ (Semantic Knowledge)

1.5 ความรู้ด้านการออกเสียง (Phonetic Knowledge)

1.6 ความรู้ด้านหลักการสะกดคำ (Orthographic Rules)

2. ความสามารถด้านสังคมภาษาศาสตร์ (Sociolinguistic Competence) หมายถึง ความสามารถที่จะใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องตามระเบียบปฏิบัติของสังคม คือ มีความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม สถานภาพทางสังคม และบทบาทในสังคมของบุคคล โดยสามารถเลือกใช้ภาษาให้ถูกต้องเหมาะสมกับบุคคลและโอกาสต่างๆ ได้ เช่น รู้ว่าจะต้องมีความสุภาพระดับใดเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่เป็นทางการ ไม่เป็นทางการ โดยเลือกให้ตรงกับวัยวุฒิ คุณวุฒิ ตำแหน่งหน้าที่การงาน ตลอดจนความตั้งใจที่จะสื่อสารของบุคคลนั้นๆ

3. ความสามารถในการใช้ความสัมพันธ์ของข้อความ (Discourse Competence) หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประโยค โดยใช้ความรู้ทางไวยากรณ์และความสามารถในการเชื่อมโยงความหมายทางภาษาให้เข้ากันได้อย่างถูกต้อง เช่น มีการลำดับของการเล่าเรื่อง การสื่อสารที่มีข้อความเป็นเหตุเป็นผลสอดคล้องกัน

4. ความสามารถในการใช้กลวิธีในการสื่อความหมาย (Strategic Competence) หมายถึง การใช้เทคนิคเพื่อให้การพูดติดต่อสื่อสารประสบความสำเร็จ ซึ่งเกี่ยวกับการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ตลอดจนการใช้กิริยาท่าทาง สีหน้า และน้ำเสียงประกอบในการสื่อความหมาย การใช้กลวิธีนี้เป็นการแสดงออกทั้งในทางคำพูด และไม่ใช้คำพูด คือการใช้ภาษาท่าทาง (Body Language) เช่น การขยายความด้วยคำศัพท์อื่นๆ แทนคำศัพท์ที่ไม่รู้หรือนึกไม่ออกในขณะนั้น ความพยายามที่จะอธิบายโดยใช้กิริยาท่าทางประกอบ การยิ้มทักทายหรือการเริ่มสนทนากับคนแปลกหน้าที่พบกันโดยไม่รู้จักสถานภาพทางสังคมของกันมาก่อน โดยอาจใช้วิธีสังเกตวัยวุฒิ และบุคลิกภาพของคู่สนทนา เพื่อที่จะได้เลือกใช้ระดับทางภาษาได้ถูกต้องและเหมาะสม

สิ่งเหล่านี้เป็นแนวคิดซึ่งเชื่อมระหว่างความรู้ทางภาษา (Linguistic Knowledge) ทักษะทางภาษา (Language Skill) ความสามารถในการสื่อสาร (Communicative Ability) เพื่อให้ทราบถึง

โครงสร้างภาษาเพื่อจะสามารถสื่อสารได้

2.3 แนวคิดการให้บริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม

(Baker, Bradley & Huyton, 2000) กล่าวว่าพนักงานต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรมเป็นส่วนที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายและชัดที่สุดภายในโรงแรม สิ่งที่เป็นจุดสนใจมากที่สุดในพื้นที่ Front office คือบริเวณฝ่ายต้อนรับลูกค้า (Reception Desk) โดยปกติบริเวณฝ่ายต้อนรับลูกค้าจะเป็นสถานที่ซึ่งสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าพักเป็นสิ่งแรก นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางเพื่อการติดต่อสื่อสารของพนักงานในโรงแรมด้วยเช่นกัน

ฝ่ายต้อนรับลูกค้า (Reception Desk) อาจมีหน้าที่อื่น ๆ รวมไปถึง การทำหน้าที่เก็บเงินค่าเข้าพัก, รับจดหมายและให้ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ กับลูกค้า และ จัดสรรห้องพักให้แก่ผู้เข้าพัก ทั้งหมดนี้อาจรวมกันอยู่ภายในเคาเตอร์เดียวกันหรืออาจแยกเคาเตอร์เพื่อความสะดวกก็ได้ ฝ่ายต้อนรับลูกค้า (Reception Desk) จะถูกจัดวางให้อยู่ในบริเวณที่คึกคักมากที่สุดของห้องโถงต้อนรับ (Hotel's Lobby) ของโรงแรม นอกเหนือจากหน้าที่ที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ฝ่ายต้อนรับลูกค้า (Reception Desk) ในบางโรงแรมยังมีหน้าที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบการเงินของโรงแรมอีกเช่น รับการจ่ายเงินค่าห้องพัก, จัดการใบแสดงรายจ่ายต่างๆของผู้เข้าพักขณะที่ใช้บริการที่โรงแรม (Guest Folio), ตรวจสอบเมื่อได้รับเช็คเงินสด และดูแลจัดการเกี่ยวกับสกุลเงินต่างประเทศรวมถึงบัตรเครดิต

2.4 แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การเรียนรู้ทักษะการพูดภาษาต่างประเทศ

Oxford (1990, อ้างถึงใน ฅณภัทร วุฒิวงศา, 2557) ได้แบ่งไว้ 2 ลักษณะ คือ กลยุทธ์ทางตรง (Direct Strategies) หมายถึง ใช้กระบวนการคิดโดยตรงเกี่ยวกับภาษา ได้แก่

1. กลยุทธ์ด้านความจำ (Memory Strategies) เป็นการจำข้อความหรือคำศัพท์ใหม่ ด้วยวิธีการจัดประเภท การใช้ภาพ การออกเสียงซ้ำๆ การทบทวน การใช้สัญลักษณ์หรือภาพวาด แผนภูมิ เป็นต้น
2. กลยุทธ์ด้านการรู้คิด (Cognitive Strategies) เป็นการฝึกฝนการวิเคราะห์โครงสร้างของคำ และประโยค วิธีการรับส่งข้อมูล การจับใจความสำคัญ และการสรุปความ

3. กลยุทธ์ด้านการทดแทน (Compensation Strategies) เป็นวิธีการเดาอย่างมีหลักการ เช่น การเลือกใช้คำศัพท์ที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำศัพท์ที่ยังไม่มีความหมาย

กลยุทธ์ทางอ้อม (Indirect Strategies) หมายถึง กระบวนการที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ ได้แก่

1. กลยุทธ์ด้านอภิปัญญา (Metacognitive Strategies) เป็นวิธีการให้เข้าใจในกระบวนการคิดและการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น การเรียนรู้และวางแผน และการประเมินการเรียนรู้ด้วยตนเอง

2. กลยุทธ์ด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Strategies) เป็นวิธีที่ช่วยพัฒนาความมั่นใจ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่รวมถึงทัศนคติ แรงจูงใจและค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ภาษา

3. การเรียนรู้ด้านสังคม (Social Strategies) เป็นการส่งเสริมวิธีการเรียนรู้โดยการถามคำถาม และการเรียนรู้จากการทำงานร่วมกับผู้อื่น

2.5 แนวคิดเรื่องวิธีการฝึกฝนทักษะการพูดภาษาอังกฤษ

Yongyuth (2547, อ้างถึงใน Tiraporn Jaroensak, 2009) แนะนำวิธีการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษผ่านสื่อ จากการฝึกฟังเทป (Listening Tapes) ภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ (English Soundtrack Movie) และรายการทีวีภาษาอังกฤษ (Television Programs in English) เพื่อศึกษาการออกเสียง (Pronunciation) การเน้นคำเสียงหนัก (Stress) และการออกเสียงสูงต่ำในภาษาอังกฤษ (Intonation)

อรพรรณ วีระวงศ์ (2554) ภาษาเป็นเรื่องของการฝึกฝนให้เกิดความชำนาญ ต้องใช้ให้เกิดความคุ้นชิน ใช้บ่อยๆจึงจะเกิดการพัฒนาเพราะภาษาคือการเลียนแบบเพื่อให้เกิดทักษะความชำนาญ

2.6 แนวคิดลักษณะการบริการ

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการดังนี้ (Kotler & Armstrong, 2008)

1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) คือ การบริการไม่สามารถมองเห็นหรือสัมผัสหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนได้รับการส่งมอบจากผู้ให้บริการ

2) ไม่แน่นอน มีความหลากหลาย (Variability) กล่าวคือ คุณภาพในการให้บริการไม่มีความแน่นอน ต้องอาศัยปัจจัยหลายๆอย่างร่วมด้วย เช่น ผู้ให้บริการคือใคร ให้บริการที่ไหน เมื่อใด และอย่างไร

3) ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) กล่าวคือ ผู้ให้บริการรายหนึ่งจะสามารถให้บริการผู้รับบริการหรือลูกค้าได้เพียงหนึ่งเดียว ซึ่งการบริโภคบริการของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นพร้อมๆกับการให้บริการของผู้ให้บริการในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการและการรับบริการออกจากกันหรือทำในเวลาที่แตกต่างกันได้ ส่งผลให้นอกจากนั้นผู้ให้บริการแต่ละคนยังมีลักษณะการให้บริการที่มีความเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นมาให้บริการแทนได้

4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การบริการไม่สามารถผลิตล่วงหน้าเพื่อเก็บไว้ใช้งานได้ หากความต้องการใช้บริการของลูกค้ามีความสม่ำเสมอ งานบริการก็จะไม่เกิดปัญหา แต่หากความต้องการมีความไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาต่างๆ เช่น การให้บริการไม่ทัน หรือ การมีจำนวนผู้ให้บริการมากเกินไปเกินความต้องการของลูกค้า

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1990) (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) ทำการอธิบายและให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้คล้ายคลึงกัน สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) คือความแตกต่างกันระหว่างความคาดหวัง (Expectation) และการรับรู้ (Perception)

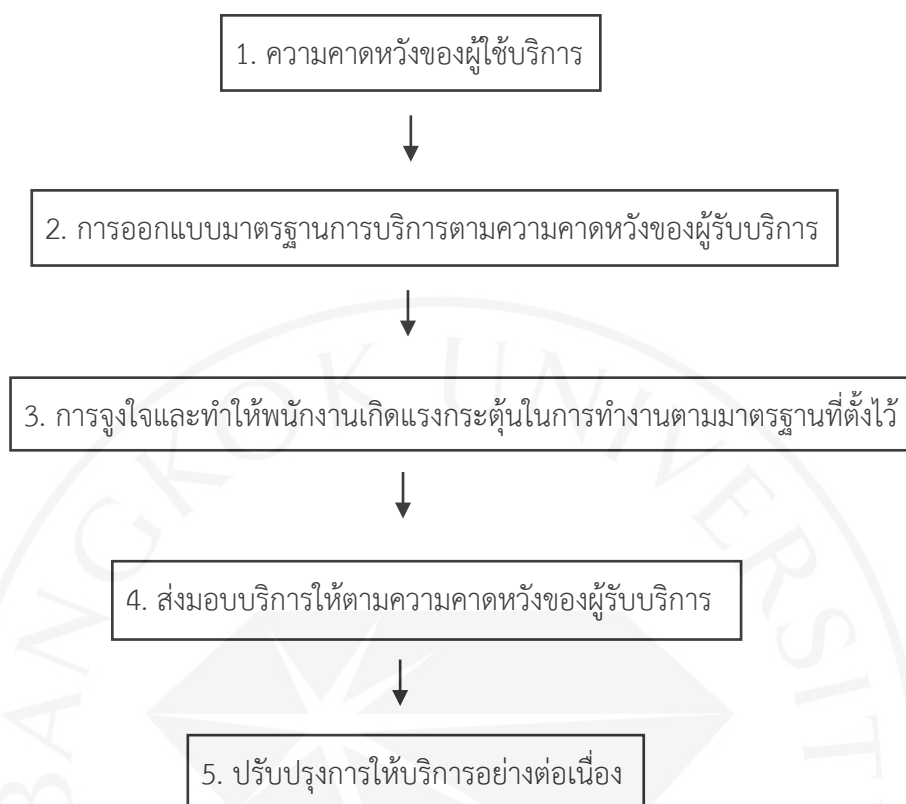
ลิวอิสและบลูม (Lewis and Bloom, 1983) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการบริการว่าเป็นตัวชี้วัดระดับในการให้บริการที่ส่งจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้าว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการมากเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering service quality) จึงหมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจากการส่งมอบของผู้ให้บริการ

ครอสบี (Crosby, 1979) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “Service Quality” ถือเป็นแนวคิดหลักเพื่อไม่ให้เกิดข้อบกพร่องต่างๆในการทำงานของผู้ให้บริการ และยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง (Expectation service) กับบริการที่ได้รับจริง (Perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผลการประเมินออกมาว่าผู้ให้บริการสามารถให้บริการ

ได้เกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ จะถือว่าการบริการนั้นประสบผลสำเร็จและทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Parasuraman, et al., 1988) ได้ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการคือการให้บริการที่ตรงกับความต้องการหรือมากกว่าความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของ การประเมินหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศในภาพรวมของการให้บริการ ผลการวิจัยจากนักวิชาการกลุ่มนี้ แสดงให้เห็นว่าความสอดคล้องกันของความคาดหวังหรือ การรับรู้ในบริการของผู้รับบริการและการให้บริการที่เกิดจากผู้ให้บริการมีมากน้อยเพียงไร ประเด็นที่น่าสนใจประเด็นหนึ่งคือ การให้บริการที่เกิดคุณภพนั้น มาจากการได้รับการบริการตามที่คาดหวัง หรือมากกว่าที่คาดหวังอย่างสม่ำเสมอของผู้เข้ารับบริการ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวังของผู้บริโภคนั่นเอง กล่าวโดยสรุปคือ คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ ตอบสนองได้เทียบเท่าหรือเกินกว่าความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อที่จะสามารถนำธุรกิจขึ้นไปเหนือคู่แข่งได้ ผู้รับบริการจะรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้รับบริการในสถานที่หรือบริการในรูปแบบต่างๆตามที่ต้องการ

ภาพที่ 2.1: ภาพรวมคุณภาพของการบริการ



ที่มา: Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions*. New York : TheFree.

2.8 แนวคิดรูปแบบคุณภาพการบริการ

รูปแบบคุณภาพการบริการ (Service Quality Gaps Model) แบ่งออกเป็น 5 ช่องว่าง (5 Gaps) หรือสาเหตุที่ทำให้การส่งมอบคุณภาพบริการเกิดความผิดพลาดและไม่ประสบความสำเร็จ โดยช่องว่างการให้บริการเหล่านี้ถูกพัฒนาขึ้นโดย (Parasuraman, et al., 1988) มีดังนี้

ช่องว่างที่ 1 : ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ของผู้บริการ

ช่องว่างที่ 2 : ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารและการกำหนดคุณภาพมาตรฐานการบริการ

ช่องว่างที่ 3 : ช่องว่างระหว่างการกำหนดคุณภาพมาตรฐานการบริการและการให้บริการจริง

ช่องว่างที่ 4 : ช่องว่างระหว่างการให้บริการจริงและการติดต่อสื่อสารภายนอกไปยังลูกค้า

ช่องว่างที่ 5 : ช่องว่างระหว่างการบริการที่คาดหวังและบริการที่ได้รับจริง

ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพในการบริการจะเกิดขึ้นเมื่อปัจจัยต่างๆเกิดขึ้นเพื่อลดช่องว่างของความผิดพลาด อันประกอบด้วย

1. การลดความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากความคาดหวังของผู้ใช้บริการ
2. ผลที่เกิดจากผู้ให้บริการ

สิ่งเหล่านี้ส่งผลไปถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าได้ ในท้ายที่สุดความคาดหวังจากลูกค้าหรือผู้ให้บริการจะมีบทบาทสำคัญมากที่สุด เพราะ คุณภาพในการให้บริการนั้นเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่าง ความคาดหวังในบริการที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ (Customer Expectations) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกัน อาศัยตามหลักทฤษฎีความคาดหวังของผู้ใช้บริการประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ประสบการณ์ที่เคยพบในอดีต (Past Experience) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) และการเกิดจากความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs)

2.9 แบบจำลองคุณภาพบริการ SERVQUAL

(Parasuraman, et al., 1988) ได้นำแบบจำลองช่องว่างสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวัดคุณภาพในการให้บริการที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้เป็นหลักในการประเมินคุณภาพธุรกิจบริการ และยึดหลักความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการเป็นพื้นฐานในการประเมิน หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดคุณภาพการบริการลูกค้าด้านการรับรู้และความคาดหวังประกอบด้วย 10 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

1. ลูกค้าเข้าถึงบริการ (Access) ลูกค้าต้องมีความสะดวกในการเข้าถึงบริการทั้งในด้าน เวลา สถานที่ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน เข้าถึงทำเลหรือสถานที่บริการได้อย่างสะดวกสบาย
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถที่จะอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงบริการได้อย่างง่ายดาย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ และมีความสามารถที่จะให้บริการลูกค้าได้
4. ความมีอัธยาศัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีอัธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย

5. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) ทั้งองค์กรและตัวพนักงานเองต้องสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้การบริการ โดยทำการเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) ต้องเกิดความเหมาะสมและสม่ำเสมอในการให้บริการลูกค้า
7. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องสามารถแก้ปัญหาหรือให้บริการลูกค้าได้อย่างคล่องแคล่ว ตามความต้องการของลูกค้า
8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ส่งมอบถึงลูกค้าต้องมีความปลอดภัย ไม่มีอันตรายหรือความเสี่ยง รวมทั้งไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา
9. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ลูกค้าสามารถประเมินคุณภาพบริการ จากบริการที่ส่งมอบได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานที่ทำหน้าที่บริการต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจ รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว

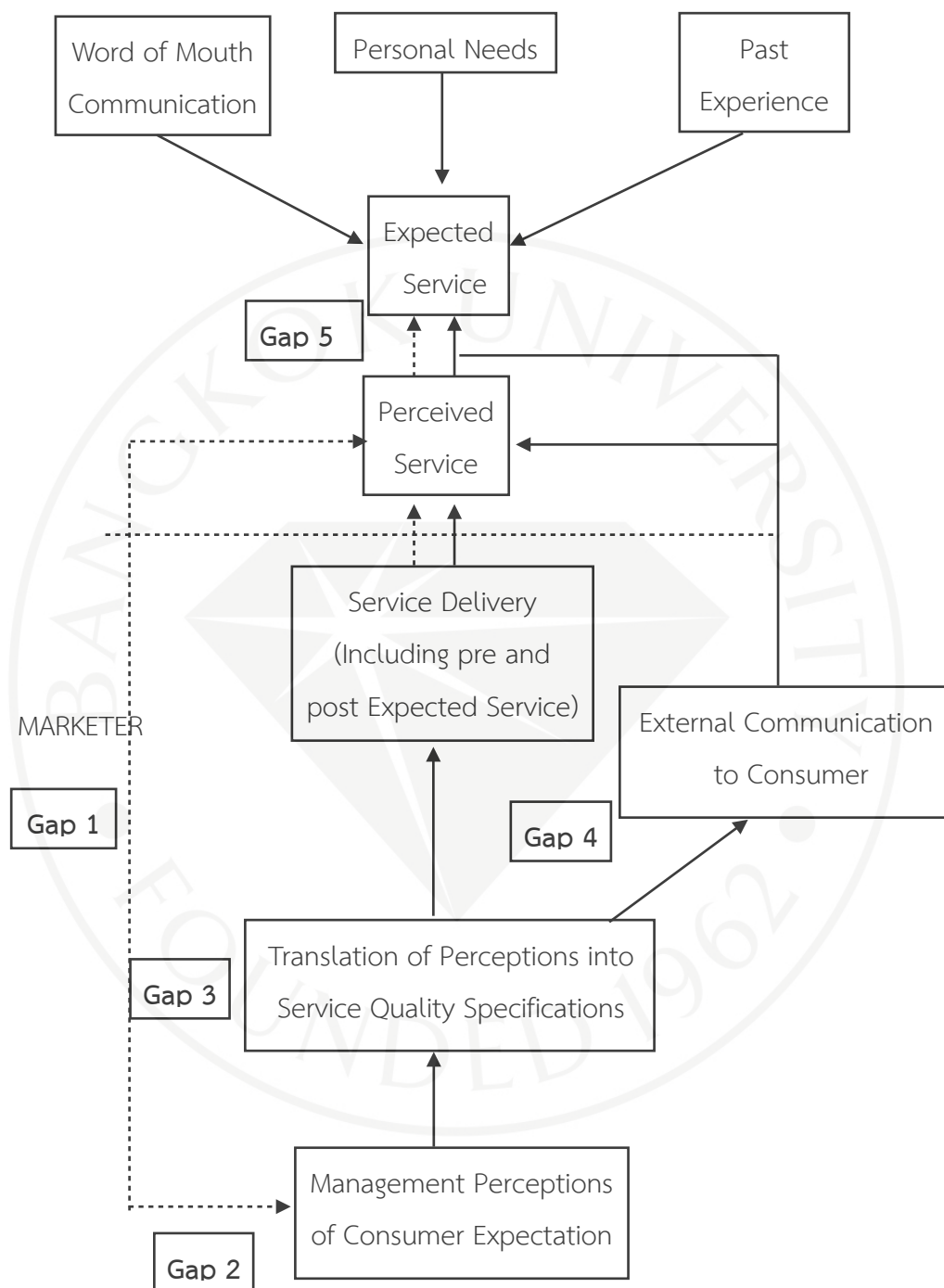
จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า เกณฑ์การประเมินคุณภาพในการให้บริการทั้ง 10 ข้อ สามารถวัดความคาดหวังที่เกิดขึ้นก่อนการเข้ารับบริการ ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการบอกเล่าแบบปากต่อปาก หรือจากประสบการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต หรือจากการสื่อสารภายนอก และการรับรู้ถึงคุณภาพของการบริการจริงที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับบริการ ซึ่งทำให้ทราบว่าคุณภาพบริการที่เกิดขึ้น อยู่ในระดับใด ควรได้รับการปรับปรุงหรือพัฒนาด้านใด เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ

2.10 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้

องค์ประกอบของความคาดหวังและการรับรู้

จากการวิจัยของ (Parasuraman, et al., 1990) พบว่าการไม่เกิดช่องว่าง (Gaps) ระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้จริงหลังจากใช้บริการ ก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพสูง และคุณภาพการบริการนั้น แต่หากการบริการนั้นเกิดช่องว่าง (Gaps) จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ และนำไปสู่ความไม่พอใจ และอาจไม่เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

ภาพที่ 2.2: องค์ประกอบของความคาดหวังและการรับรู้



ที่มา: Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions*. New York : TheFree.

ช่องว่างที่ 1 คือ ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ (The Management Perception Gap) กล่าวคือช่องว่างนี้เกิดจากการที่ผู้บริหาร ไม่เข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า หรือเพราะมีข้อมูลที่น้อยเกินไป ทำให้เกิดความผิดพลาดในการตีความ

ช่องว่างที่ 2 คือ มาตรฐานคุณภาพของการบริการที่กำหนดขึ้น ไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ที่ฝ่ายบริหารสามารถรับรู้ได้ (The Quality Specification Gap) ช่องว่างนี้เกิดจากการไม่กำหนดมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ในการบริการที่เป็นรูปธรรม สามารถเข้าใจได้อย่างชัดเจน หรือขาดการสนับสนุนที่ดีจากฝ่ายบริหารในการวางแผนคุณภาพของการบริการ ในทางกลับกันผู้บริหารสามารถเข้าใจถึงความต้องการหรือความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้ดี

ช่องว่างที่ 3 คือ การให้บริการไม่เป็นไปตามที่ได้กำหนดมาตรฐานไว้ (Service Delivery Gap) ช่องว่างนี้มาจากวิธีการที่ไม่มีคุณภาพ และประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมถึงความสามารถในการให้บริการของพนักงานโดยตรง ซึ่งรวมไปถึงแนวความคิด เทคนิค และทักษะในการให้บริการ และอาจรวมทั้งการทำการตลาดที่ยังไม่เกิดประสิทธิผลที่เห็นได้ชัดภายในองค์กร

ช่องว่างที่ 4 คือ บริการที่นำเสนอไม่ตรงกับที่ให้ไว้กับลูกค้า (The Marketing Communication Gap) ช่องว่างนี้เกิดจากการสื่อสารผ่านสื่อโฆษณาที่องค์กรได้ลงไว้ แต่ไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังเมื่อเข้ามาใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความผิดหวัง และอาจไม่กลับมาใช้บริการซ้ำอีกในครั้งต่อไป

ช่องว่างที่ 5 คือ การบริการที่ลูกค้าได้รับกับที่คาดหวังไว้ ไม่ตรงกัน (The Perceived Service Quality Gap) ช่องว่างนี้จะปรากฏขึ้นตั้งแต่ช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 คือเมื่อผู้บริโภคได้รับบริการที่แตกต่างจากที่ได้คาดหวังไว้

กล่าวโดยสรุปคือเพื่อไม่ให้เกิดช่องว่าง (Gap) ระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการรับรู้ในบริการจริงที่ได้รับ ผู้ให้บริการควรบริการ(สิ่งที่ลูกค้าได้รับรู้)ตรงกับสิ่งที่ได้แจ้งหรือแสดงให้เห็น(สิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง)ให้มากที่สุด

2.11 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

นิยาม และความหมาย

(Anderson, Fornell & Lehmann, 1994) ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึงการที่ลูกค้าได้กลับมากระทำการซ้ำอีกครั้งหลังจากที่ใช้บริการจากผู้ให้บริการ หรือการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ จากผู้ขาย

(Hellier, Geusen, Carr & Rickard, 2003) กล่าวว่า การซื้อซ้ำหรือการกลับไปใช้บริการซ้ำ เป็นความตั้งใจของแต่ละบุคคล หรือเจตจำนงในการกลับไปใช้บริการซ้ำจากร้านค้าหรือหน่วยงานบริการเดิมที่เคยซื้อ

(Cronin, Bradley & Hault, 2000) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับประสบการณ์ในการบริการที่ดี เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ จึงเกิดความพึงพอใจ และกลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำ

แนวคิด และทฤษฎี

การกลับมาใช้ซ้ำ (Repurchase) หมายถึง ทศนคติของผู้บริโภคที่เกิดความพึงพอใจต่อประสบการณ์ในการบริการหนึ่งๆ ซึ่งมาจากการดูแลเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ซึ่งก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค นักวิจัยจำนวนมาก ให้ความสนใจเกี่ยวกับทฤษฎีกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า จากกรณีศึกษาพบว่า พฤติกรรมการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าส่งผลต่อการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด และเป็นการลดต้นทุน รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆได้ (Ahmed, Shankat, Nawaz, Ahmed & Usman, 2011) ซึ่งสอดคล้องกับ (Gounaris, Dimitriadis & Stathakopoulos, 2010) ที่กล่าวถึงการตั้งใจซื้อซ้ำว่า คือการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างหนึ่งมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว โดยการซื้อหรือใช้บริการจากผู้ให้บริการรายเดิมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เกิดขึ้นจากคุณภาพในการให้บริการ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกลับมาซื้อซ้ำในอนาคตของผู้บริโภค (Chau & Kao, 2009)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษในการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Receptionist) ของโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุทธิสาร ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้อ้างถึงผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

(Abu khalifeh & Som, 2012) ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการคุณภาพการให้บริการในอุตสาหกรรมโรงแรม: กรอบแนวคิดสำหรับแผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Service Quality Management in Hotel Industry: A Conceptual Framework for Food and Beverage Department) พบว่า สำหรับแผนกอาหารและเครื่องดื่มภายในโรงแรม คุณภาพการให้บริการถือเป็นประเด็นสำคัญ แต่ถึงแม้จะมีงานวิจัยจำนวนมากเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ยังคงมีบางประเด็นที่ยังไม่สามารถหาคำตอบได้ เช่น เหตุผลที่ว่าทำไมผู้เข้าพักถึงเลือกที่จะมาพักกับโรงแรมนี้ และ ทำไมการบริการในแผนกอาหารและเครื่องดื่มจึงเป็นสิ่งจำเป็น การศึกษานี้อภิปรายถึงโมเดลที่มีชื่อเสียงและอธิบายถึงมิติการจัดการคุณภาพบริการของ Parasuraman ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม และการนำไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมโรงแรม

(Changsu, Galliers, Shin, Ryoo & Kim, 2012) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค และการกลับมาซื้อซ้ำ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าจำนวน 378 คน โดยใช้วิธี เลือกตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ใช้โมเดลสมการโครงสร้าง ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจ ส่งผลทางบวกต่อการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า

(Hussain, Nasser & Hussain, 2015) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินที่ดำเนินงานในนครดูไบ : การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ (Service Quality and Customer Satisfaction of a UAE-based airline: An Empirical Investigation) ตัวแปรที่ถูกกำหนดขึ้นโดยใช้กรอบแนวคิด SERVQUAL การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ผ่านแบบสอบถามจำนวน 253 ชุด และแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้าต่อไป

(Jaruvee Saetae, 2010) ศึกษาเรื่อง “สำรวจความคิดเห็นของแรงงานไทยที่ทำงานกับบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยเกี่ยวกับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานและการทำงานร่วมกับชาวต่างชาติ” จากผลการศึกษาพบว่า แรงงานไทยเห็นว่าทักษะการภาษาอังกฤษมีความสำคัญ และการออกเสียงคำมีผลกับความเข้าใจเมื่อต้องสื่อสารกับชาวต่างชาติ แรงงานไทยกล่าวว่าทักษะการพูดภาษาอังกฤษมีความสำคัญมากกับการทำงานร่วมกับชาวต่างชาติ และการเรียนพูดภาษาอังกฤษเป็นสิ่งสำคัญมากเช่นกันเนื่องจากมีผลกับการเลื่อนตำแหน่งในการทำงานกับบริษัทข้ามชาติ

(Jiewanto, Laurens & Nelloh, 2012) ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และความพึงพอใจและการบอกต่อของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย Pelita Harapan Subaraya โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาจำนวน 140 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ใช้โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจ ส่งผลในทางบวกทำให้เกิดการบอกต่อ

(Taegoo, Woo Gon & Hong Bumm, 2009) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณค่ารับรู้ถึงความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ และการกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้าโรงแรมหรูในประเทศเกาหลี เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าทั้งสิ้นจำนวน 478 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ใช้การวิเคราะห์พหุคูณถอยในการทดสอบสมมติฐาน จากผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อการบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

(Pacharin, 2008) ศึกษาเรื่อง “Oral communication problems of Thai and foreign employees in Benchmark Electronics (Thailand) Public Co., Ltd. ปัญหาการพูดสื่อสารของคนไทยกับพนักงานชาวต่างชาติ บริษัท เบนซ์มาร์ค อิเลคทรอนิกส์ จำกัด(มหาชน)” ผลการศึกษาพบว่า แรงงานไทยไม่เรียนรู้ที่จะแก้ปัญหา เพื่อให้สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และถูกต้อง

(Patricia & Ignacia, 2013) ทำการศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคม และความจงรักภักดีของลูกค้า ความไว้วางใจ ลูกค้าประจำของโรงแรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โรงแรมในประเทศสเปน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) โดย

รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าจำนวน 382 คน ใช้โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจของลูกค้า ส่งอิทธิพลในทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

(นนทพร อัครโรจน์, 2553) ศึกษาเรื่อง “ความสำคัญของภาษาอังกฤษที่มีผลต่องานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ: ศึกษาเฉพาะกรณีกองบังคับการตำรวจนครบาล7” ผลการศึกษาพบว่า ความเห็นของตำรวจในระดับบริหาร มีความเห็นตรงกันว่า ภาษาอังกฤษมีความสำคัญต่อการทำงาน สำหรับทักษะที่สำคัญที่ต้องเน้นคือ ทักษะการพูด เพราะเป็นพื้นฐานของการสื่อสาร

(ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลา, 2555) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม” จากผลการศึกษาพบว่า ประเด็นสำคัญด้านทักษะของบุคลากรที่เป็นปัญหาในทุกบุคลากรคือ ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ ในแง่ของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการใช้ภาษาท่าทาง (Body Language)

(ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลา, 2555) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม” ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากร ควรเน้นการพัฒนาภาษาอังกฤษมากที่สุด เนื่องจากเป็นภาษาสากลที่คนเกือบทุกเชื้อชาติสามารถสื่อสารได้

(ณภัทร วุฒิมงศา, 2557) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจ: การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ (Motivational Strategies: Enhancing English Language Skills)” ผลการศึกษาพบว่า ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษปัจจุบันยังมีคุณภาพต่ำกว่าเกณฑ์ จึงจำเป็นต้องปรับปรุง และได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน ควรให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจ โดยการให้คำปรึกษาถึงประโยชน์ของการนำทักษะภาษาอังกฤษไปใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ณัฐฐ์นรี ฤทธิรัตน์ และ ธัญภา ชีระมณี, 2557) ศึกษาเรื่อง “ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนไทย” ผลการศึกษาพบว่า ใช้วิธีการดูภาพยนตร์ การฟังเพลงภาษาอังกฤษในการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษมากที่สุด เพราะการดูภาพยนตร์ภาษาอังกฤษสามารถช่วยพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษได้อย่างแท้จริง เป็นการฝึกออกเสียง ฝึกเลียนแบบสำเนียงจากบทพูดของตัวละครรวมถึงการฟังเพลงภาษาอังกฤษ

(เจนจิรา ชัยปราน, ทราญขวัญ พรหมแก้ว และ สิทธิ ศรีนาค, 2556) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความวิตกกังวลในการพูดภาษาอังกฤษของนักศึกษาหลักสูตรวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

สากล ชั้นปีที่4” ผลการศึกษาพบว่า การฝึกฝนทักษะด้านการพูด ภาษาอังกฤษของตนเองให้เพิ่มมากขึ้น มีหลายวิธี ได้แก่

1. การฝึกพูดแล้วก็พูด เป็นวิธีง่ายๆเพื่อเพิ่มความมั่นใจในตัวเอง เพิ่มโอกาสทางการพูดโดยฝึกพูดบ่อยๆกับทุกคนเท่าที่จะทำได้ อย่าอายที่จะพูดผิด ยิ่งฝึกมากเท่าไร ความมั่นใจในการพูด และความรู้ทางด้านศัพท์ ความถูกต้องในการออกเสียงก็ยิ่งเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

2. ฟังข่าวและเพลงภาษาอังกฤษ เพื่อฟังการออกเสียงของคำศัพท์และจะได้เรียนรู้ศัพท์ใหม่ๆเพิ่มขึ้น ยิ่งฟังมากยิ่งได้เรียนรู้มาก

3. ดูหนัง การดูหนังภาษาอังกฤษแล้วพยายามใส่ใจคำศัพท์ใหม่ๆ และออกเสียงตามพยายามเลียนแบบการพูดของดาราให้สนุกสนาน และเพลิดเพลินไปพร้อมๆกับการรับชมภาพยนตร์

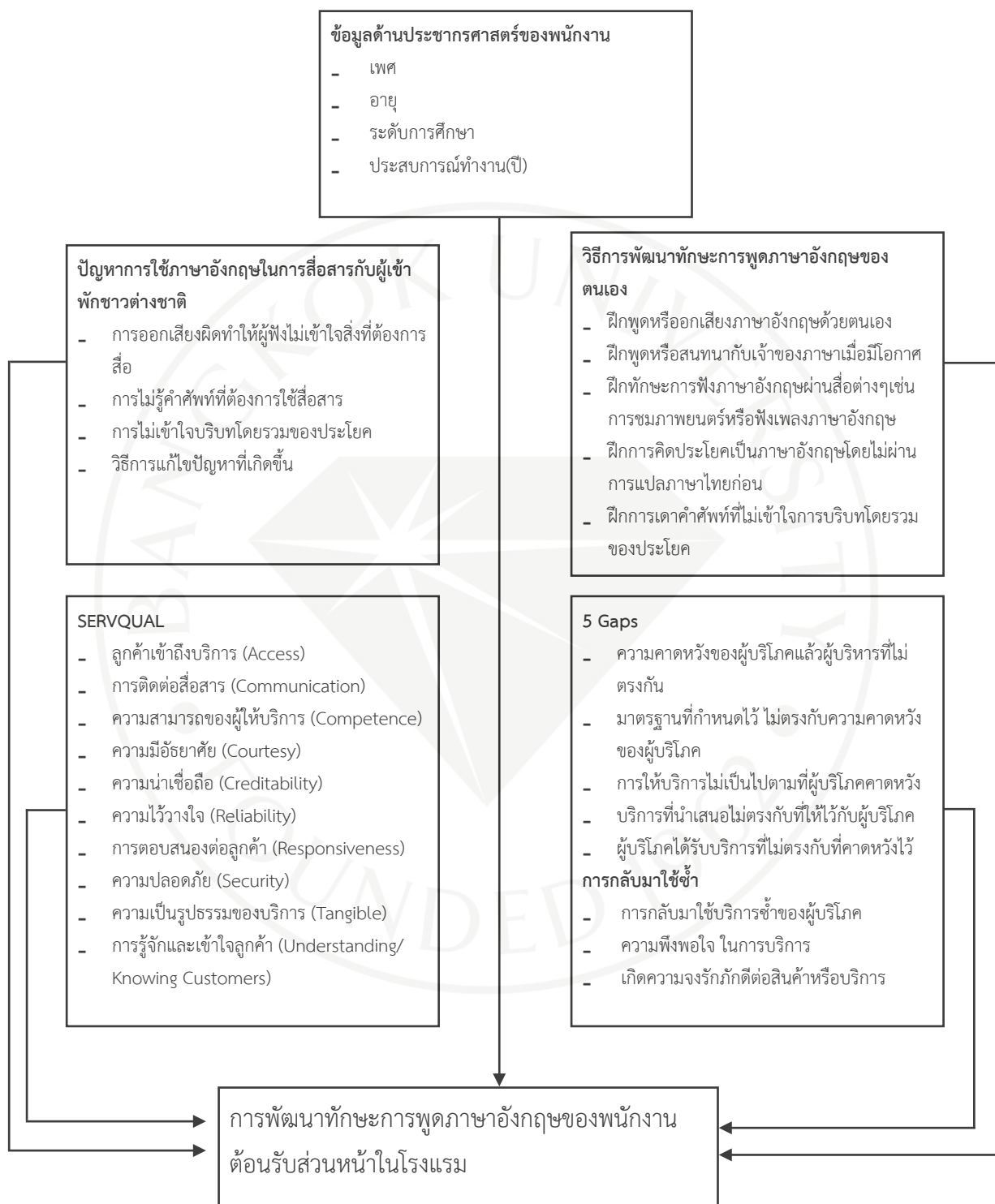
4. เกมส์ เกมส์สามารถช่วยกระตุ้นให้มีความสนใจในการเรียนรู้ภาษามากขึ้น และช่วยลดความวิตกกังวล ทำให้สามารถพูดได้คล่องแคล่วขึ้น และทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ

ทีปกาญจน์ ชัยศิริพาณิชย์ (2549 อ้างถึงใน เปลวเทียน เสือเหลือง, 2557) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท อีทีเอ (ประเทศไทย) จำกัด ในการศึกษาและวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ ผลการศึกษาพบว่าระดับความผูกพันของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการบริษัท อีทีเอ (ประเทศไทย) จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านความเชื่อมั่นและค่านิยมขององค์กรอยู่ในระดับสูง ส่วนด้านความเต็มใจจะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่กำลังเพื่อประโยชน์ขององค์กรสูงสุด และด้านความต้องการที่จะอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรไปอยู่ในระดับต่ำ ในด้านปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานพบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการของบริษัท อีทีเอ (ประเทศไทย) จำกัด ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ทำงานกับบริษัท และตำแหน่งต่างๆ ล้วนส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ต่างกัน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยด้านการพัฒนาความสามารถ ความก้าวหน้า ความมั่นคงในการทำงาน และด้านประชาธิปไตยในองค์กรจะมีผลต่อความสัมพันธ์ถึงความรู้สึกมีส่วนร่วมและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ส่วนในด้านปัจจัยคุณภาพชีวิตมีเพียงสองปัจจัยคือ

การพัฒนาความสามารถของบุคคล และด้านความสัมพันธ์ในองค์กรเท่านั้นที่สามารถทำนายความ
ผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรได้



ภาพที่ 2.3: กรอบแนวคิดในการศึกษา



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษากำหนดให้เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การเก็บข้อมูลเป็นการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลสำหรับการศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากภาคสนาม (Field Study) โดยใช้ข้อคำถามที่มาจากกรอบทบทวนวรรณกรรมจำนวน 20 ข้อและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีการคัดเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากพนักงานต้อนรับส่วนหน้าภายในโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร (Documentary Study) ได้แก่ หนังสือ ตำราทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ สารนิพนธ์ รายงานการวิจัย ผลการศึกษาต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3.3 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร โดยเลือกตัวแทนจำนวน 15 คน แบ่งเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ 10 คน และพนักงานระดับหัวหน้างาน (Supervisor, Asst. Manager หรือ Manager) จำนวน 5 คน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งแบ่งหัวข้อการสัมภาษณ์ออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของพนักงาน
 2. ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับผู้เข้าพักชาวต่างชาติและวิธีการจัดการต่อปัญหาที่เกิดขึ้น
 3. การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของตนเองว่ามีการฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาอังกฤษแบบใดหรือวิธีการใดบ้าง เพื่อนำไปสู่การสื่อสารภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ
 4. SERVQUAL ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ผ่านมุมมองของผู้ให้บริการ
 5. การกลับมาซื้อซ้ำ และความจงรักภักดีต่อสินค้าหรือบริการที่ได้รับ
- ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวพร้อมทั้งบันทึกเสียงการสนทนาและจดบันทึกข้อมูลที่สำคัญเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสัมภาษณ์เป็นการตอบคำถามแบบปลายเปิด (Open-end) โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน จากพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น พนักงานระดับปฏิบัติการ 10 คน และพนักงานระดับหัวหน้างาน 5 คน

1. ติดต่อขอความร่วมมือจากทางโรงแรมเพื่อขอความร่วมมือในการเข้าไปทำการศึกษาวิจัย
2. เข้าไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามวัน,เวลาที่นัด ใช้เวลาต่อคนไม่เกิน 30 นาที ระหว่างที่สัมภาษณ์ มีการจดบันทึก เพื่อนำมาใช้ถอดความสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ประมวลผล,สรุปผลการศึกษาจากข้อมูลการสัมภาษณ์และนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการศึกษา

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่วางไว้ โดยเครื่องมือที่ใช้ มีการสร้างกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์

3.7 การตรวจสอบข้อมูล

ก่อนทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะทำการส่งข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบว่าเมื่อนำแบบสัมภาษณ์และข้อคำถามไปใช้ในการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้วจะสามารถวัดในส่วนของเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการวัดได้มากน้อยเพียงใด โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Object Congruence Index) ว่าแต่ละข้อคำถามสามารถวัดได้ตรงกับจุดประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ข้อคำถามวัดได้ตรงกับจุดประสงค์	+1 คะแนน
ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นตรงกับจุดประสงค์หรือไม่	0 คะแนน
ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงกับจุดประสงค์	-1 คะแนน

นำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดที่ประเมินกรอกลงในแบบวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์เพื่อหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกข้อคำถามดังนี้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.70-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.70 ควรพิจารณาเพื่อปรับปรุงหรือนำออกจากข้อคำถาม

ซึ่งเมื่อผู้เชี่ยวชาญได้ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและได้ให้คำแนะนำในการปรับแก้ไขข้อคำถามแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามจนได้แบบสัมภาษณ์ที่มีความตรงเชิงเนื้อหา โดยทำให้ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามกับจุดประสงค์ผ่านเกณฑ์ทุกข้อ

3.8 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงจริยธรรมกับผู้ให้สัมภาษณ์ โดยมีการติดต่อและขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ก่อนทำการสัมภาษณ์จริง และได้ทำการแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยก่อนการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคน โดยที่ผู้วิจัยจะเปิดเผยข้อมูลตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์อนุญาตเท่านั้น และได้ขออนุญาตในการนำรูปภาพ และข้อความมาเพื่อเสนอในงานวิจัยเท่านั้น ในส่วนของข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บไว้เป็นความลับโดยไม่ทำการเผยแพร่ใดๆทั้งสิ้น

3.9 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลและผลจากการวิจัยแบบ Content Analysis การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อตีความและบรรยายให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและวิธีในการจัดการปัญหานั้นๆในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ซึ่งรวมถึงหัวข้อการมีส่วนร่วมในองค์กรและการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน ตามที่ได้วางไว้เป็นจุดประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษา ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า กรณีศึกษา : โรงแรมแห่งหนึ่งในย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อเป็นสื่อในการสื่อสารระหว่างพนักงานต้อนรับของโรงแรม และลูกค้าชาวต่างชาติ โดยงานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานต้อนรับของโรงแรมจำนวน 15 คน โดยแบ่งออกเป็นพนักงานในระดับปฏิบัติการ (Operation) จำนวน 10 คน พนักงานในระดับหัวหน้างาน (Supervisor, Asst. Manager หรือ Manager) จำนวน 5 คน

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

- 4.1 ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์
- 4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษที่พนักงานพบเจอ
- 4.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษด้วยตัวเองของพนักงาน
- 4.4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับภาษาอังกฤษด้านคุณภาพการให้บริการ
- 4.5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการกลับมาใช้ซ้ำ

4.1 ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์

การศึกษาในครั้งนี้ มีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 15 คน เป็นเพศ ชาย 4 คน เพศหญิง 10 คน และ เพศทางเลือก 1 คน ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างเริ่มต้นที่ 25 ปี จนถึง 40 ปี ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปริญญาตรี 13 คน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 1 คน และระดับสูงกว่าปริญญาตรี 1 คน ประสบการณ์ในการทำงานเริ่มตั้งแต่ 6 เดือน จนถึง 18 ปี

ตารางที่ 4.1: ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่าง	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	ประสบการณ์ในการทำงาน (ปี)
1	Transgender	40	ปริญญาตรี	18
2	ชาย	25	ปริญญาตรี	4
3	ชาย	28	ปริญญาตรี	6
4	หญิง	31	ปริญญาตรี	8
5	หญิง	34	ปริญญาตรี	10
6	หญิง	25	มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.6
7	ชาย	28	ปริญญาตรี	4
8	หญิง	28	ปริญญาตรี	5
9	หญิง	28	ปริญญาตรี	5
10	หญิง	27	ปริญญาตรี	6
11	หญิง	25	ปริญญาตรี	2
12	หญิง	25	สูงกว่าปริญญาตรี	3
13	หญิง	25	ปริญญาตรี	1
14	หญิง	28	ปริญญาตรี	2.6
15	ชาย	28	ปริญญาตรี	6

4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษที่พนักงานพบเจอ

4.2.1 การสื่อสารภาษาอังกฤษมีความจำเป็นต่อการให้บริการหรือไม่ อย่างไร

“มีความจำเป็นอย่างมาก เพราะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ถ้าไม่สามารถสื่อสารได้ถูกต้อง จะทำให้เกิดการเสียลูกค้าได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“คิดว่ามีความจำเป็น เพราะถ้าเราไม่ได้ภาษาอังกฤษเลย เราอาจจะได้บริการแค่ลูกค้าที่เป็นชาวไทยเท่านั้น เพราะถ้าเราไม่ได้ภาษาแล้วไปบริการลูกค้าชาวต่างชาติ อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด

และเกิดปัญหาอื่นๆตามมาภายหลังได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“มีมาก เพราะลูกค้ากลุ่มใหญ่ของเราเป็นชาวต่างชาติที่มาจากหลายประเทศ ภาษาอังกฤษจึงกลายเป็นภาษาหลักที่ใช้สื่อสารกับลูกค้า” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“จำเป็นมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากหลากหลายประเทศ และต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักในการสื่อสาร” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“จำเป็นอย่างมากที่สุด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มีความจำเป็นมาก เพราะแขกผู้เข้าพักส่วนมากเป็นชาวต่างชาติหลากหลายประเทศ เพราะฉะนั้นจึงใช้ภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาสากลในการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นชาวต่างชาติ ภาษาอังกฤษจึงเป็นภาษากลางที่ใช้ในการสนทนาหรือสอบถามความต้องการเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“จำเป็นมาก เพราะในทุกๆวัน จะต้องมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มีความจำเป็นมาก เพราะภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางที่จะทำให้เราและแขกมีความเข้าใจที่ตรงกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มีความจำเป็นอย่างมาก เพราะว่าเราต้องคอยสื่อสารกับลูกค้า เพื่อที่จะได้เข้าใจ และได้ให้ความช่วยเหลือได้ตามต้องการ ถ้าเราไม่มีความเข้าใจกับลูกค้า เราอาจจะให้บริการได้ไม่มีเท่าที่ควร

หรืออาจจะให้บริการไม่ได้เลยซึ่งทำให้เกิดปัญหา หรือข้อร้องเรียนได้ อีกทั้งภาษาอังกฤษถือเป็นภาษาของโลก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ในภาษานี้ เพราะเป็นภาษาที่ใช้กันแพร่หลาย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“จำเป็น เพราะในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และภาษาอังกฤษถือว่าเป็นภาษาสากลที่ใช้ในการสื่อสารกับคนต่างชาติที่ไม่ว่าจะเดินทางมาจากประเทศใด เพื่อให้เกิดความเข้าใจกันทั้งสองฝ่าย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มีความจำเป็นมากเพราะ เราต้องสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติเพื่อให้การบริการหรือสอบถามความต้องการของลูกค้า โดยผ่านภาษาอังกฤษ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“จำเป็นอย่างมากเพราะมีลูกค้าชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากที่เข้าใช้บริการและภาษาอังกฤษทำให้สื่อสารกันเข้าใจได้มากขึ้นและทำให้การบริการราบรื่นขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“จำเป็นมาก เนื่องจาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งภาษาหลักที่จะใช้ในการติดต่อสื่อสารกับคนทั่วโลก คือภาษาอังกฤษ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มีความจำเป็นมาก เพราะว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลในการให้บริการ ถ้าหากพนักงานสามารถให้บริการลูกค้าด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องและมีความคล่องแคล่ว จะทำให้การบริการเกิดความประทับใจและลูกค้าเกิดความมั่นใจในบริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันคือ ภาษาอังกฤษมีความจำเป็นอย่างมากต่อการให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นภาษากลางในการสื่อสาร การจะให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติได้อย่างราบรื่น ไม่เกิดข้อผิดพลาดจึงต้องอาศัยภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างพนักงานที่ให้บริการและลูกค้า

4.2.2 ท่านเคยประสบปัญหาใดบ้างในการให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติ

“ชาวต่างชาติมีสำเนียงการพูดที่แตกต่างกันทำให้ฟังยาก เข้าใจยาก” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“สำเนียง บ่อยมากที่คำๆนั้นเราใช้ทุกวัน แต่เราฟังเขาพูดไม่รู้เรื่อง เพียงเพราะสำเนียงนั้นเราไม่คุ้นหู” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ส่วนใหญ่จะพบปัญหาในการฟังสำเนียงภาษาที่ฟังยาก และยังเจอกับวัฒนธรรมที่ต่างกัน ทำให้บางที่เกิดการสับสนและไม่เข้าใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“สำเนียงการพูดภาษาอังกฤษของลูกค้าบางชาติฟังค่อนข้างยาก ทำให้เกิดความไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ปัญหาการออกเสียงของชาวต่างชาติบางประเทศฟังเข้าใจยาก เช่น จีน ญี่ปุ่น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“1. สำเนียงการออกเสียงของลูกค้าฟังยาก 2. ลูกค้าพูดเร็วเกินไป 3. ลูกค้าใช้คำศัพท์ยากๆ หรือใช้คำศัพท์ท้องถิ่น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เคยประสบปัญหาในเรื่องของความแตกต่างของเชื้อชาติ ทำให้การใช้มีการใช้ลักษณะของภาษาที่แตกต่างกันออกไป (ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ)” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“แต่ละประเทศจะมีสำเนียงที่ต่างกัน ทำให้เกิดปัญหาด้านการฟังในบางครั้ง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เนื่องจากชาวต่างชาติมาจากหลากหลายประเทศ ดังนั้นพวกเขาจะมีสำเนียงที่ต่างกันออกไป ทำให้บางครั้งไม่ค่อยเข้าใจสำเนียงโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ไม่ใช่ Native speaker และในเรื่องของวัฒนธรรมทางภาษาบางชาติอาจมีคำศัพท์ที่ใช้เรียกสิ่งของแตกต่างกันออกไป ทำให้เข้าใจผิดว่าแขกต้องการอะไร” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เนื่องจากบางครั้งลูกค้าต่างชาติอาจจะไม่ใช่คนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก เช่นเดียวกับกับเราซึ่งใช้ภาษาไทย อาจจะทำให้การสื่อสารมีปัญหา ไม่เข้าใจได้ตามที่ต้องการกับทั้ง 2 ฝ่าย อีกทั้งในบางครั้งลูกค้าใช้ภาษาอังกฤษก็จริง แต่มีการใช้เป็นสำนวนหรือสแลง ซึ่งเราอาจจะไม่คุ้นเคย หรือไม่เคยทราบมาก่อน ทำให้ไม่เข้าใจ ต้องใช้เวลาในการหาคำตอบ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ความไม่ถนัดทางด้านภาษาอังกฤษ ไม่ว่าจะเป็นทางฝ่ายเราเองหรือทางด้านลูกค้าชาวต่างชาติ ทำให้การสื่อสารระหว่างกันเกิดความเข้าใจผิดและดำเนินการผิดพลาด จนทำให้ฝ่ายลูกค้าเกิดความไม่พอใจกับการให้บริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ปัญหาคือฟังภาษาอังกฤษไม่ทันหรือบางที่ฟังไม่เข้าใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เรื่องของสำเนียงเพราะมีลูกค้าชาวต่างชาติหลายหลายชาติและในแต่ละชาติจะมีสำเนียงที่แตกต่างกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“นักท่องเที่ยวบางกลุ่ม หรือบางประเทศ ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษ เป็นภาษาหลัก ทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร เช่น นักท่องเที่ยวชาว จีน เกาหลี ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส(บางกลุ่ม) เยอรมัน(สูงอายุ)” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ปัญหาด้านสำเนียงของลูกค้า เพราะลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากทั่วโลก มีทั้งประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ และไม่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ ต้องมีสำเนียงเฉพาะของตัวเอง เช่น ลูกค้าที่มาจากแถบทวีปเอเชีย จะค่อนข้างฟังสำเนียงยาก เพราะว่าภาษาแม่กับภาษาอังกฤษมีความ

แตกต่างกันในด้านการออกเสียง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุปคือ ปัญหาด้านสำเนียงในการพูดของลูกค้าชาวต่างชาติเป็นปัญหาที่พนักงานส่วนใหญ่พบเจอ เนื่องจากลูกค้าชาวต่างชาติส่วนใหญ่ มาจากหลายประเทศทั่วโลก ทำให้สำเนียงในการพูดภาษาอังกฤษของลูกค้ามีความแตกต่างกันออกไป พนักงานจึงต้องทำความเข้าใจกับสำเนียงที่แตกต่างกันของลูกค้าเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านคำศัพท์บางอย่างที่ลูกค้าในบางประเทศใช้ไม่เหมือนกับประเทศไทย เช่น ลูกค้าบางประเทศไม่ใช่คำว่า Telephone แต่ใช้คำว่า Mobile Phone หรือ Phone เฉยๆ จึงต้องอาศัยคลังคำศัพท์และความเข้าใจของพนักงานในการทำความเข้าใจถึงความแตกต่างของคำศัพท์ที่ลูกค้าใช้ในการสื่อสาร

4.2.3 ท่านมีวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าอย่างไร

“พูดให้ช้าลง และอาจใช้ตัวช่วย Google translate” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“พยายามดูซีรี่ย์ หรือภาพยนตร์ที่เป็นสำเนียงจากประเทศนั้นๆ เช่นถ้าเราฟังสำเนียงของชาวอังกฤษไม่ออก ก็หารายการ หรือซีรี่ย์ของประเทศอังกฤษดู เพื่อให้เราคุ้นเคยกับสำเนียงของประเทศอังกฤษ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ปัจจุบันเราใช้แอปพลิเคชันแปลภาษา ถือว่าเป็นเทคโนโลยีที่ดีมากที่เราจะนำมาปรับใช้ในการทำงาน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นข้อเสียคือทำให้คนเราเคยชินและไม่พยายามที่จะต้องเรียนรู้ภาษาใหม่ๆ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ขอให้ลูกค้าพูดช้า อย่างเป็นๆ และตั้งใจฟังในสิ่งที่ลูกค้าต้องการสื่อสาร” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ใจเย็น ขอให้ลูกคำพูดช้าลง และใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตช่วยเพิ่มเติม” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“พยายามตั้งใจฟังและบอกแกผู้เข้าพักให้พูดช้าๆ หรือให้พูดอีกครั้ง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“สำหรับลูกคำที่ไม่เข้าใจในภาษาอังกฤษเลย (อย่างเช่นประเทศจีนและญี่ปุ่น) เราจะพยายามใช้คำศัพท์ง่ายๆ ไม่เป็นทางการเพื่อช่วยต่อความเข้าใจของลูกคำ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ใช้วิธีการขอให้ผู้เข้าพักพูดช้าลง หรืออธิบายความหมายของคำนั้นๆ ให้ละเอียดมากขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ประสบการณ์ในการทำงานจะทำให้ชินกับภาษาอังกฤษในหลากหลายสำเนียง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“แก้ปัญหาโดยอาจจะใช้ภาษามือ ท่าทางประกอบ หรือเปลี่ยนคำศัพท์เป็นคำที่เบสิคมากขึ้นที่จะทำให้เข้าใจง่าย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“แก้ไขด้วยการใช้คำศัพท์ง่ายๆ ที่สามารถพบและได้ใช้ในชีวิตประจำวัน ร่วมกับการใช้อิริยาบถท่าทางต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เรียกคนที่พูดภาษาอังกฤษได้มาคุย หากเราฟังรู้เรื่องแต่ไม่มั่นใจก็ทวนคำถามที่เราเข้าใจให้เค้าฟังว่าใช่ตามที่เขาดต้องการ หรือไม่” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เรียกพนักงานท่านอื่นที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้มาช่วยพูดคุยหรือแปลความหมายให้ฟัง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ใช้คำง่ายๆ สั้นๆ ประกอบการใช้ Body language หรือ Sign language” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ใช้คำศัพท์ง่ายๆ ที่เป็นศัพท์พื้นฐาน หรือถ้าลูกค้าไม่เข้าใจจริงๆ ก็ใช้ภาษามือช่วย หรือเปิดรูปภาพจากอินเทอร์เน็ตให้ลูกค้าดูหรือขอรูปภาพจากลูกค้า แต่หากยังไม่สามารถสื่อสารกันได้ อาจจะใช้โปรแกรมแปลภาษา แปลเป็นคำๆ ให้ลูกค้าเข้าใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุปคือ พนักงานส่วนใหญ่ใช้การขอร้องให้ลูกค้าพูดซ้ำอีกครั้ง หรือขอให้พูดช้าลงกว่าเดิม เพื่อจับใจความที่ลูกค้าต้องการสื่อสาร หรือบางคนอาจมีการใช้ภาษามือ, ภาษาร่างกาย ประกอบการพูด หรือเลือกใช้คำศัพท์ง่ายๆ เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังมีวิธีการอื่นๆ ที่พนักงานใช้แก้ปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษ เช่น การให้พนักงานที่มีความรู้ภาษาอังกฤษมากกว่าตนเองมาช่วยแปลหรือช่วยแก้ไขสถานการณ์ให้ พนักงานบางคนใช้ความคุ้นชินกับสำเนียงที่แตกต่างทำให้เกิดความเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการสื่อสาร

4.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษของตนเอง

4.3.1 ท่านมีการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของตนเองอย่างไรบ้าง

“ชมภาพยนตร์และเพลงจากต่างประเทศ พูดคุยกับเพื่อนชาวต่างชาติ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เรื่องของการฟังนี้สำคัญมาก เลยฝึกเรื่องของการฟังซะส่วนใหญ่จากการดูซีรีส์” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ผมมักจะเสฟสื่อต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษ ทั้งภาพยนตร์, เพลง หรือเกมส์ ทั้งหมดนี้ผมใช้มาตั้งแต่จำความได้ โดยเฉพาะในตอนที่เรามีเวลาว่างมาก บางครั้งในวันหยุดสุดสัปดาห์ผมเสฟสื่อภาษาอังกฤษมากถึงวันละ 12 ชั่วโมง ทำให้ผมเคยชินและคุ้นเคยมากกับภาษาอังกฤษ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ดูหนังภาษาอังกฤษที่มีคำแปลภาษาไทย เพื่อฝึกการฟังและเรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ดูหนัง ฟังเพลง อาสาช่วยเหลือชาวต่างชาติ และอ่านข่าวภาษาอังกฤษทุกวัน เป็นการฝึกภาษาและอัปเดตข่าวให้ทันสถานการณ์โลกไปด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“พูดคุยกับเพื่อนหรือลูกค้าชาวต่างชาติให้มากขึ้น เพื่อเป็นการฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ศึกษาเพิ่มเติมจากสื่อที่เราชื่นชอบ หรือพยายามใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันให้มากที่สุด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ฟังเพลงภาษาอังกฤษ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ดูซีรีส์แบบซับภาษาอังกฤษ คุวิติโอของยูทูบเบอร์ต่างชาติจะช่วยให้เรียนรู้ศัพท์ในชีวิตประจำวันได้มากขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“โดยปกติแล้วจะพัฒนาจากการฟังเพลงหรือดูหนัง เพราะว่าเป็นกิจกรรมที่สนุก และไม่มี ความกดดันที่จะต้องตั้งใจเรียนมาก เลยทำให้สมองอาจจะเปิดรับได้ดีขึ้น หรืออาจจะพยายามชวนลูกค้าคุยเพื่อเป็นการฝึกภาษาอีกทางหนึ่ง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“พัฒนาด้วยการพยายามเรียนรู้คำศัพท์ที่อยู่ในชีวิตประจำวันเป็นภาษาอังกฤษ และนำมาสื่อสารกับคนรอบข้าง เพื่อให้ตัวเราเองและคนรอบข้างได้สัมผัสภาษาอังกฤษได้มากขึ้น และศึกษาเพิ่มเติมผ่านsocial media ที่ได้ใช้ในชีวิตประจำวัน ด้วยการ ติดตาม Instagram หรือ Twitter ของผู้ที่ให้ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ เป็นวิธีง่ายๆ ที่ทำให้เราได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษได้ทุกวัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เข้าคอร์สเรียนโปรแกรมภาษาอังกฤษและฝึกพูดและฟังภาษาอังกฤษจากอินเทอร์เน็ต เช่น ยูทูบหรือภาพยนตร์” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เริ่มจากการฟังทำความเข้าใจในเรื่องของสำเนียง เรียนรู้ประโยคและคำศัพท์ที่มีความจำเป็นกับสายงานของตัวเอง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“จดจำ ประโยค วลีต่างๆ จากเจ้าของภาษา, ฝึกพูด ในทุกๆวัน ด้วยประโยคที่ วลี ที่แตกต่างกัน เพื่อให้มีคลังคำศัพท์มากขึ้น, ไม่ใช่คำเดิมๆ หรือประโยคเดิมๆซ้ำๆกัน (ใช้ประโยคที่หลากหลาย)” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เริ่มจากการใช้อินเทอร์เน็ตโดยหาเพลงหรือซีรีส์ที่เป็นภาษาอังกฤษมาเปิดดู โดยที่ยังไม่ต้องสนใจเนื้อหาหรือความหมาย เปิดเพียงแค่ว่ารู้สึกชินกับสำเนียง น้ำเสียง และคำศัพท์ที่ใช้ หลักจากนั้นจึงค่อยๆปิดซับไตเติลภาษาไทย และเปิดเป็นภาษาอังกฤษแทน เมื่อเข้าใจแล้วว่าประโยคที่นักแสดงต้องการสื่อสารคืออะไร หลังจากดูจบแล้ว รอบถัดไปก็เปิดแบบไม่ใช้ซับไตเติลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อฝึกฟัง ส่วนการพูด ต้องเน้นการใช้ในชีวิตประจำวันให้ได้มากที่สุด คือการใช้คุยกับลูกค้า หรือเพื่อนที่เข้าใจภาษาอังกฤษอยู่ในระดับเดียวกับเรา” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุป พนักงานส่วนใหญ่ใช้วิธีการพัฒนาการสื่อสารภาษาอังกฤษผ่านการดูภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือรายการต่างๆเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อฝึกทักษะการฟังสำเนียงภาษาอังกฤษให้คุ้น

จีน หรือการใช้สื่อ Social Media ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ เช่น การดูวิดีโอสอนภาษาอังกฤษจาก Youtube การติดตามข่าวสารผ่าน Twitter ของสำนักข่าวต่างประเทศ การฟังเพลงภาษาอังกฤษและอ่านเนื้อเพลงตามไปด้วย ซึ่งนอกจากจะได้ประโยชน์เรื่องทักษะการฟังแล้ว ยังได้เรียนรู้คำศัพท์ต่างๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน พนักงานบางคนใช้การพูดคุยกับเพื่อนชาวต่างชาติเพื่อพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ นอกจากนี้จะได้พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษแล้วยังได้เพื่อนใหม่จากประเทศต่างๆทั่วโลกอีกด้วย

4.3.2 ท่านพบปัญหาใดบ้างในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษด้วยตนเอง

“ไม่พบปัญหาใดๆค่ะ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เวลาที่เรารู้สึกเครียดเพื่อการฟังสำเนียงต่างๆได้ดีขึ้น บางครั้งอาจจะงงว่าตัวละครพูดว่าอะไร เราต้องคอยย้อนกลับบ่อยครั้งเพื่อให้ได้เข้าใจว่าตัวละครนั้นพูดอะไร” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ปัญหาที่ใหญ่ที่สุดที่ผมคิดได้คือการที่เราไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันและมันทำให้เราลืม” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ขาดความเข้าใจในการใช้คำศัพท์บางคำ เนื่องจากมีคำภาษาอังกฤษหลายคำที่มีความหมายคล้ายกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ความขี้เกียจ และไม่มีวินัยของตนเองคือปัญหา ถ้าเปิดใจ ตั้งใจ ศึกษาด้วยความชอบ และสนุกกับมันพัฒนาให้ดีขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในยุคเทคโนโลยีการสื่อสารปัจจุบันที่อำนวยความสะดวกได้ดีที่สุด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“1.การจำคำศัพท์ คือ มักจะลืมคำศัพท์ที่ไม่ค่อยได้ใช้ในชีวิตประจำวัน 2.การเขียน อย่างเช่นเขียนสลับตัวอักษร วางลำดับตำแหน่งของคำสลับกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การเรียนรู้ด้วยตัวเองบางครั้งเราจะไม่สามารถจดจ่ออยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้นานๆ หรือเมื่อมีคำถามเราไม่สามารถที่จะสอบถามจากใครได้ ทำให้ในบางครั้งการเรียนรู้อาจมีการคลาดเคลื่อนไปได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“สำเนียง และความเร็วของเพลงทำให้การฝึกฟังเป็นไปได้ค่อนข้างยาก” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การเปลี่ยนการออกเสียงในบางคำที่เพิ่งพบว่าออกเสียงผิดมาโดยตลอด จะแก้ค่อนข้างยาก การลืมออกเสียงคำลงท้ายของคำ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ส่วนใหญ่คิดว่ามีปัญหาด้านการพูด เพราะนอกจากการทำงานแล้ว โอกาสที่จะได้ฝึกฝนการพูดมีน้อยมาก เนื่องจากไม่มีคนที่เราสามารถฝึกพูดด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ปัญหาที่พบคือ ตัวเราเองเรียนรู้ภาษาอังกฤษและต้องการที่จะสื่อสารกับคนรอบข้างเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง ด้วยการนำมาใช้ แต่คนรอบข้างที่ไม่ถนัดภาษาอังกฤษก็จะไม่เข้าใจและไม่ตอบโต้กับเรา เพราะเกิดความไม่เข้าใจในสิ่งที่เราต้องการจะสื่อ ทำให้เราใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างไม่เต็มที่ด้วยจากสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัว” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ช่วงแรกๆอาจจะยังไม่เข้าใจและลืบบ้างในบางประโยค บางคำศัพท์ เพราะการเรียนรู้ภาษาอังกฤษต้องอาศัยการฝึกฝน พูดคุยบ่อยๆ จะทำให้สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างมั่นใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การฟัง เพราะชาวต่างชาติจะค่อนข้างพูดเร็วจึงทำให้ฟังไม่ค่อยทันและคำศัพท์บางคำค่อนข้างเข้าใจยาก เพราะการออกเสียง สำเนียงของคนไทยกับชาวต่างชาติไม่เหมือนกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ไม่มีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้ความรู้อย่างแท้จริง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การฝึกฝนภาษาอังกฤษด้วยตัวเอง ถึงแม้ว่าจะทำได้ดีแค่ไหนก็ตาม แต่ถ้าไม่มีคนที่เป็นเจ้าของภาษาคอยให้คำปรึกษา ก็ไม่สามารถรู้ได้ว่าสิ่งที่เราทำไปถูกหรือผิด การมีเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นเจ้าของภาษาเป็นสิ่งจำเป็นในการฝึกภาษาอังกฤษ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุป ปัญหาที่พนักงานต้องพบเจอในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษมีดังนี้

- การที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษในทุกๆวัน ทำให้ลืม
- ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้คำศัพท์ เนื่องจากคำศัพท์ภาษาอังกฤษบางคำสามารถสื่อสารได้หลายความหมาย ในสถานการณ์ที่ต่างกัน หรือ คำศัพท์หลายๆคำมีความหมายที่คล้ายกัน
- ปัญหาจากความขี้เกียจ และความไม่มีวินัยของตนเอง ทำให้การฝึกฝนไม่เกิดความต่อเนื่อง
- ปัญหาการออกเสียงคำศัพท์บางคำที่ออกเสียงแบบผิดมาตลอด ทำให้แก้ไขได้ยาก
- การไม่มีโอกาสได้ใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน นอกจากเวลางาน
- การไม่มีผู้เชี่ยวชาญคอยแก้ไข เมื่อเวลาใช้ภาษาอังกฤษแบบผิดๆ หรือคอยให้ความรู้ที่ถูกต้อง
- ปัญหาสำเนียงการออกเสียงภาษาอังกฤษ ที่แตกต่างกับสำเนียงของคนไทย

4.3.3 ทานใช้วิธีใดในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษด้วยตนเอง

“ไม่พบปัญหาใดๆค่ะ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“กรณีของซีรี่ส์คือคอยยกย้อนกลับไปฟัง เวลาเจอตัวละครพูดศัพท์แปลกๆที่เราไม่คุ้นหู และพยายามหาความหมายของคำศัพท์” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“พยายามเอาตัวเองไปอยู่ในสถานการณ์ที่จะต้องใช้ภาษาอังกฤษและพยายามใช้มันให้ถูกหลักเพื่อเราจะได้สื่อสารได้เร็วขึ้นและถูกต้องด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ใช้อินเตอร์เน็ตค้นหาคำศัพท์หรือเรียนรู้ไวยากรณ์ที่ยังไม่เข้าใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“แบ่งเวลาให้ชัดเจนสำหรับการพัฒนาทักษะ แพลเพลง บทความ และหนังสือที่ชอบ ตั้งเป้าหมายทำท้ายความสามารถตัวเองขึ้นทีละระดับ เมื่อทำสำเร็จก็ให้รางวัลตัวเอง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“พยายามใช้ภาษาอังกฤษบ่อยๆ ทั้งกับลูกค้าหรือกับเพื่อนร่วมงาน ทำให้สามารถพัฒนาภาษาอังกฤษได้เร็วมากขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“พยายามเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อให้มีสมาธิในการตั้งใจมากขึ้น หรือเวลามีคำถามให้หาผู้ที่มีความรู้มาตอบคำถาม” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เปิดเนื้อเพลงที่จะฟัง อ่านและฟังเพลงไปพร้อมๆกัน ทำให้เข้าใจความหมายได้ดีขึ้น และยังปรับให้เข้าใจในสำเนียงเวลาชาวต่างชาติออกเสียงจริงได้เข้าใจขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ฝึกพูดบ่อยๆ บางครั้งพูดกับเพื่อนคนไทยด้วยกันแต่พยายามออกเสียงให้ชัดเหมือนกับพูดกับชาวต่างชาติ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“นอกเหนือจากเวลางานที่จะสามารถฝึกพูดได้ เราอาจจะต้องฝึกพูดตามหนังหรือร้องเพลงตาม เพื่อที่จะได้สำเนียงที่ชัดเจน หรืออาจจะหาเพื่อนคนต่างชาติมาคุยกันเพื่อฝึกภาษา” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ใช้การฝึกพูดกับเพื่อนร่วมงานที่ใช้ภาษาอังกฤษเก่งๆ ให้เค้าคอยแก้จุดผิดให้ ถามคำถาม เวลาที่เราไม่เข้าใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ฟังเพลงหรือบทสนทนาตามอินเทอร์เน็ตซ้ำๆหลายๆรอบเพื่อให้เกิดความคุ้นชิน ฝึกอ่าน ออกเสียงบทความต่างๆที่เป็นภาษาอังกฤษ หรือเรียนรู้จากป้ายโฆษณาที่เจอในแต่ละวัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ฟังบ่อยๆจนกว่าจะคุ้นเคยกับจังหวะในการพูดหรือสำเนียง ฝึกออกเสียงและพูดกับชาวต่างชาติบ่อยๆเพื่อสร้างประสบการณ์จริงในการใช้ภาษาอังกฤษ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เปิดหาคำศัพท์ที่ไม่คุ้นเคย เพื่อให้ทราบความหมาย คำอ่าน และ การเขียน ที่ถูกต้อง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การแก้ปัญหาให้ตรงจุดควรเริ่มจากต้องรู้ว่าเรามีปัญหาอะไรในการใช้ภาษาอังกฤษ ถ้ามีปัญหาด้านการฟัง เราก็เปิดเพลงหรือภาพยนตร์ เพื่อฝึกการฟัง ถ้ามีปัญหาด้านการพูดออกเสียง ก็ฝึกพูดตามภาพยนตร์หรือหาเพื่อนที่เป็นชาวต่างชาติเพื่อฝึกการพูด ถ้ามีปัญหาการอ่าน ก็หาหนังสือหรือบทความที่เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งหาได้ง่ายมากๆในปัจจุบัน มาฝึกอ่าน ถ้ามีปัญหาการเขียนก็ลองหาหัวข้อที่ตัวเองสนใจ ลองเขียนอธิบายโดยอาจเริ่มจากเขียนอธิบายเกี่ยวกับตัวเองก่อนก็ได้ ว่าวันนี้เราแต่งตัวอย่างไร ไปไหนมาไหนบ้าง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุป พนักงานใช้วิธีการที่หลากหลายในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ดังนี้

- การฝึกฟัง,พูด หลายๆครั้ง ซ้ำๆไปมา กรณีที่ฝึกจากการดูซีรี่ย์ หรือภาพยนตร์ ใช้การวนกลับไปดูจุดที่มีปัญหาซ้ำๆ เพื่อแก้ไขจุดบกพร่องที่เกิดขึ้น

- การพยายามนำตัวเองเข้าไปอยู่ในบทสนทนาที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อให้เกิดความคุ้นชินในการใช้
- การเปิดหาความหมายของคำศัพท์ที่ตนเองไม่รู้ความหมาย และท่องคำศัพท์หรือหาโอกาสในการใช้คำศัพท์นั้นๆ
- เข้าหาคนที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อให้ช่วยแก้ไขจุดที่บกพร่อง หรือสอบถามได้ในกรณีที่ไม่เข้าใจ
- ตั้งสติก่อนการทำการศึกษาดูๆ ทำให้มีสมาธิ และสามารถเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

4.4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ

4.4.1 ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยให้พนักงานบริการดีขึ้นได้อย่างไรบ้าง

“ช่วยได้ 100% เพราะภาษาอังกฤษคือภาษาที่เป็นสากล” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เข้าใจที่ลูกค้าต่างชาติต้องการสื่อ และสามารถช่วยแก้ปัญหาและให้บริการได้อย่างตรงจุด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ใช้เวลาในการสื่อสารน้อยลงแน่นอน และหากพนักงานเข้าใจภาษามากเรายังสามารถให้พนักงานคุยเพิ่มความสนิทสนมกับแขกได้อีกด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ช่วยให้เข้าใจในการสื่อสารเพื่อแจ้งข้อมูลต่างๆที่ลูกค้าควรทราบ และช่วยให้รับรู้ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการเมื่อมาใช้บริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ช่วยให้สามารถสื่อสารได้เข้าใจ และแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ภาษามีส่วนช่วยมาก แต่ต้องมีservice mind และ mind set ด้านบริการที่ดีด้วย คือ ต้องทำความเข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง เพราะถ้าไม่มีปัญหาให้ช่วยคนจะไม่เข้ามาขอความช่วยเหลือ เราต้องใจเย็น และพยายามช่วยแก้ปัญหาให้ดีที่สุดด้วยความจริงใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“1.ช่วยให้พนักงานสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง 2.ช่วยให้พนักงานทำงานได้ง่ายขึ้น เพราะพนักงานเข้าใจในภาษาอังกฤษและเข้าใจว่าลูกค้าต้องการอะไร” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษาอังกฤษช่วยให้พนักงานสามารถเข้าใจลูกค้าได้มากขึ้นและสามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้าได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ดีขึ้นมาก ลูกค้าหลายๆท่านรู้สึกดีขึ้นเมื่อเจอพนักงานที่สามารถสื่อสารกับพวกเขาได้เข้าใจ สามารถช่วยแนะนำ หรือแก้ปัญหาได้ ช่วยอธิบายข้อมูลต่างๆให้ได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ทำให้เข้าใจลูกค้าชาวต่างชาติได้มากขึ้น บริการก็จะเร็วขึ้น ลูกค้าเกิดความประทับใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การที่เรารู้ภาษาอังกฤษ ทำให้เรามีความเข้าใจลูกค้าที่สามารถใช้ภาษานี้ได้มากขึ้นเช่นกัน พอเราเข้าใจลูกค้า เราก็จะสามารถให้บริการในส่วนที่ลูกค้าต้องการได้ตรงจุด ถ้าเราไม่มีความเข้าใจกับลูกค้า เราอาจจะให้บริการได้ไม่มีเท่าที่ควร หรืออาจจะให้บริการไม่ได้เลย ซึ่งทำให้กลายเป็นปัญหา หรือข้อร้องเรียนได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“หากพนักงานมีความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษก็จะช่วยให้การสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติมีความผิดพลาดน้อยลงและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที ส่งผลให้การบริการดีขึ้นไปตามลำดับ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ช่วยได้มากในเรื่องการสื่อสารกับลูกค้า” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ทำให้เข้าใจลูกค้าชาวต่างชาติได้มากยิ่งขึ้นและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ช่วยสร้างบุคลิกภาพ ความมั่นใจในการสื่อสารภาษาอังกฤษ และการบริการให้กับลูกค้าชาวต่างชาติ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษาอังกฤษเป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ ถ้าพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ถูกต้อง และตรงตามกับความต้องการของลูกค้า หรือสามารถรับรู้ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง จะทำให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุปคือ พนักงานมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่า ภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยทำให้การบริการดีขึ้น เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล แสดงถึงความเป็นสากล ความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ หากเปรียบเทียบพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่วกับพนักงานที่สื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างจำกัด ลูกค้าชาวต่างชาติจะรู้สึกเชื่อใจพนักงานที่สื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่วมากกว่า นอกจากนี้การที่พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่ว ทำให้การบริการเป็นไปอย่างราบรื่น ลูกค้าได้สิ่งที่ตนเองต้องการ ลดโอกาสเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ

4.4.2 ท่านคิดว่ามาตรฐานการบริการคืออะไร

“เข้าใจในหน้าที่ของการบริการและรู้ถึงหน้าที่ของตนเอง เอาใจใส่ในหน้าที่ของตนเองและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าคือสิ่งสำคัญของการบริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ทำตามความต้องการของลูกค้าโดยคำนึงถึงความถูกต้องในการให้บริการด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

"การให้บริการอย่างมาตรฐานคือต้องบริการให้ได้ตามหลักสากล แน่แน่นอนว่าภาษาหลักในการให้บริการลูกค้าทั่วโลกในยุคปัจจุบันก็ยังคงเป็นภาษาอังกฤษอยู่ แม้ว่าภาษาจีนหรือสเปนจะเริ่มมีการใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้นก็ตาม" (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

"การที่พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าด้วยวิธีการที่เหมาะสมตามมาตรฐานการให้บริการขององค์กร เพื่อให้ได้ตรงตามความพอใจและคุ้มค่ากับเงินที่ลูกค้าจ่ายมา" (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

"คิดว่า คือการ ให้บริการตามระดับ และเวลาที่เหมาะสม ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและสบายใจ" (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

"คือ การใส่ใจในรายละเอียดความต้องการของลูกค้า" (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

"มาตรฐานการบริการคือการทำให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการของเราอีก" (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

"Service Mind" (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

"ความจริงใจ ตรงต่อเวลา ความสะอาด รวดเร็ว" (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

"ให้การต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ขณะให้บริการ ต้องมีความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น เสมอ ให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาคเท่าเทียม และก็ต้องพยายามทำตามความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด" (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

"มาตรฐานการบริการโดยส่วนมากแล้วก็คือทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งหากเราสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ก็จะส่งผลให้พนักงานเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และพนักงานก็จะ

สามารถบริการลูกค้าได้ดี ก็จะสามารถรักษามาตรฐานการบริการไว้ได้” กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มาตรฐานการบริการคือการสื่อสารกับลูกค้าอย่างเข้าใจและทำให้ลูกค้าประทับใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“คือการบริการด้วยใจมีความกระตือรือร้นมีความสุขให้ความสำคัญ รอบคอบและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การบริการที่เป็นไปอย่างมีแบบแผน ใส่ใจลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ให้ความสำคัญกับลูกค้าในทุกๆส่วนๆอย่างทั่วถึง ตั้งแต่ การต้อนรับ (Front office) ร้านอาหาร (F&B) Room service การดูแลห้องพัก(House Keeping) รวมไปถึงการดูแลความปลอดภัยทั้งลูกค้าและทรัพย์สิน มาตรฐานของโรงแรมและมาตรฐานของการบริการต้องสอดคล้องกัน เช่น ห้องสวย สิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร แต่ การบริการไม่ดี ไม่ใส่ใจลูกค้า แบบนี้ก็เรียกว่าไม่ได้มาตรฐาน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มาตรฐานการบริการคือ การบริการที่มีแบบแผน เป็นรูปแบบเดียวกัน ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นคนประเทศไหน ทำอาชีพอะไร พนักงานจะต้องให้การบริการได้อย่างเท่าเทียมกัน ไม่เกิดการลำเอียง ให้บริการลูกค้าเฉพาะคน และต้องมีการบริการที่เป็นไปในทางเดียวกัน เช่น ลูกค้าที่เข้าพักในห้องประเภทเดียวกัน ต้องได้อาหารเข้าประเภทเดียวกัน ไม่ควรมีใครได้มากหรือน้อยกว่าใคร และคือการใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้า ว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริงๆคืออะไร เพื่อจะได้บริการได้อย่างถูกต้อง ที่สำคัญพนักงานต้องมี Service Mind สำหรับการบริการลูกค้าด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุป พนักงานมีความเห็นเกี่ยวกับ มาตรฐานการบริการ ที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

- เข้าใจในหน้าที่ของตนเอง ให้บริการลูกค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า
- เข้าใจความต้องการของลูกค้า ให้บริการได้อย่างถูกต้อง
- การให้บริการได้ตามหลักความเป็นสากล โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลาง
- การที่พนักงานให้บริการได้ตรงกับมาตรฐานการบริการขององค์กร และเพื่อให้คุ้มค่ากับเงิน

ที่ลูกค้าจ่าย

- การบริการที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
- การใส่ใจรายละเอียดความต้องการของลูกค้า
- การให้บริการจนลูกค้าเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีก
- Service Mind
- ความจริงใจ ตรงต่อเวลา ความสะอาด ความรวดเร็ว
- การให้บริการลูกค้าด้วยความยิ้มแย้ม กระฉับกระเฉง ให้บริการตามความต้องการของ

ลูกค้า

- ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ
- การสื่อสารกับลูกค้าให้เกิดความเข้าใจ และความประทับใจ
- การบริการด้วยใจ กระตือรือร้น สุภาพ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าผ่านการ

บริการ

- การให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม และทั่วถึง ไม่เพียงแต่เฉพาะการต้อนรับส่วนหน้าเท่านั้น รวมถึงส่วนงานอื่นๆของโรงแรมด้วย เช่น F&B, Room Service

4.4.3 ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษช่วยให้พนักงานรักษามาตรฐานการบริการที่ดีได้อย่างไร

“ช่วยเข้าใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มากยิ่งขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ช่วยให้ลูกค้าต่างชาติรู้สึกเชื่อมั่นในการบริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ทักษะภาษาที่ดี จะช่วยให้เราเข้าใจลูกค้าได้เร็วขึ้น และสามารถให้คำตอบหรือช่วยเหลือในสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้ตรงจุด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“พนักงานต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับลูกค้า ดังนั้นความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ สื่อถึงจึงจำเป็นมาก เพื่อให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษาอังกฤษช่วยให้สามารถสื่อสารถึงปัญหา และความต้องการ หรือคำชื่นชมได้ เป็นเครื่องมือในการช่วยให้สื่อสารให้เข้าใจตรงกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ถ้าพนักงานมีความเข้าใจในภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี พนักงานก็จะเข้าใจและใส่ใจความต้องการของผู้เข้าพักได้เป็นอย่างดีเช่นกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษาอังกฤษจะเป็นเครื่องมือหนึ่งในเรื่องของการสื่อสาร จะทำให้สามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ทำให้มีความเป็นสากลมากขึ้น การใช้ภาษาอังกฤษเพื่ออธิบายข้อกำหนดภายในโรงแรม แสดงถึงควมมีมาตรฐานเดียวกันของการให้บริการลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นชาติไหนก็ตาม” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“หากเราพูดภาษาอังกฤษได้คล่องก็จะทำให้เราสื่อสาร หรือรับรู้ความรู้สึก หรือความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เกิดเป็นมาตรฐานให้กับลูกค้าทุกคน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“หากเราเข้าใจลูกค้า เราก็จะสามารถให้บริการในส่วนที่ลูกค้าต้องการได้ตรงจุด เป็นไปตามสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากการบริการ อีกทั้งถ้าเราใช้ภาษาได้อย่างมั่นใจก็ส่งต่อความมั่นใจในการบริการให้กับลูกค้าเช่นกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ความพึงพอใจของลูกค้าก็คือมาตรฐานการให้บริการของบริษัทโดยทั่วไป หากว่าพนักงานสามารถตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าต่างชาติต้องการได้ดี ซึ่งสิ่งสำคัญเบื้องต้นที่จะช่วยให้พนักงานสามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้ดีก็คือการสื่อสารด้วยภาษาที่ใช้อย่างแพร่หลายอย่างภาษาอังกฤษที่ทำให้เกิดความเข้าใจกันทั้งสองฝ่าย ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการของบริษัทซ้ำอีก หากพนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ก็จะทำให้เสียเปรียบคู่แข่งที่เขามีพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ลูกค้าต่างชาติก็จะไม่เลือกมาใช้บริการของเราซ้ำอีก” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“สามารถรักษารการให้บริการได้ในระดับมาตรฐาน การใช้ภาษาอังกฤษพูดคุยสื่อสารกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ช่วยให้สถานที่ที่ทำงานอยู่มีมาตรฐานที่ดีเพราะพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้จึงทำให้ลูกค้าชาวต่างชาติประทับใจและอยากจะกลับมาใช้บริการอีก” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษาอังกฤษที่ดีของพนักงาน ช่วยสร้างการสื่อสารที่ชัดเจนและถูกต้อง ทำให้พนักงานเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำให้เกิดมาตรฐานที่ดีในการให้บริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การที่พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่ว และถูกต้อง เป็นการแสดงออกถึงการมีมาตรฐานการบริการที่ดีอย่างหนึ่ง คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถมากพอในการให้บริการลูกค้าเป็นภาษาอังกฤษได้ ทำให้การบริการเป็นไปได้อย่างราบรื่น ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุปคือ พนักงานมีความเห็นเกี่ยวกับภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยในการรักษามาตรฐานการบริการไว้ ดังนี้

- ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการบริการขององค์กร
- ทำให้พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า และแก้ปัญหาได้ตรงจุด ลูกค้าเกิดความประทับใจ เป็นการสร้างมาตรฐานที่ดีให้องค์กร
- ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ความพึงพอใจ ในการให้บริการ และเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

4.4.4 ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษช่วยทำให้เกิดความพึงพอใจและการกลับมาใช้ซ้ำหรือไม่

“100% จากประสบการณ์ตรง ลูกค้าอยากที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำถ้าเราเข้าใจความต้องการของลูกค้า” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ช่วยได้อย่างแน่นอน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“แน่นอนที่สุด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ช่วยได้มาก เพราะหากพนักงานเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการสื่อสาร จะทำให้เกิดการบริการที่ประทับใจและการกลับมาใช้ซ้ำ” กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ใช่ ทำให้เกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้ซ้ำได้ แต่ต้องเป็นการใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารด้วยมารยาททั่วไปที่เหมาะสม ตัวอย่างเช่น ดิฉันเข้าพักโรงแรมที่สิงคโปร์ มาเลเซีย กัมพูชา พนักงานใช้ภาษาอังกฤษได้ดี ทำให้การพักสะดวกมากขึ้น และกลับไปใช้ซ้ำแต่บางประเทศที่มีการใช้ภาษาอังกฤษน้อย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ หาโรงแรมที่มีพนักงานสื่อสารภาษาอังกฤษได้ยาก เช่น ดิฉันเคยใช้บริการโรงแรม ในเขตกัมพูชา ประเทศเกาหลี มีพนักงานสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีมาก ทำให้เกิดความสะดวกและสบายใจ จึงกลับไปพักที่เดิมอีกครั้ง แต่หากพนักงานโรงแรมสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีมาก แต่กลับ

ใช้น้ำเสียง และท่าทางรำคาญ ก็ทำให้ลูกค้าไม่อยากกลับไปใช้บริการอีกได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ทำให้เกิดความพึงพอใจมากและจะนำกลับมาใช้ซ้ำแน่นอน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ช่วยเป็นอย่างมาก เพราะสามารถเชื่อมลูกค้าและพนักงานเข้าด้วยกัน เข้าใจซึ่งกันและกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ใช้ค่ะ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ใช่” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ถ้าเราสามารถให้บริการที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ดีและเข้าใจ จากการใช้ภาษาอังกฤษ การบริการของเรานั้นก็จะไปตามมาตรฐาน อาจจะทำให้ลูกค้าพอใจและกลับมาใช้ซ้ำอีกได้ เมื่อเทียบกับบริการที่ไม่มีความเข้าใจกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“การสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าชาวต่างชาติ ถ้าสื่อสารกันแล้วเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ก็จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งภาษาอังกฤษเป็นตัวกลางหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างสองฝ่าย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“คิดว่าช่วยในระดับหนึ่งเพราะการที่ลูกค้าจะกลับมาใช้ซ้ำนั้นต้องมาจากปัจจัยอื่นๆ ของโรงแรมด้วย เช่น ความสะอาดรอบๆโรงแรม หรือ รสชาติอาหารของโรงแรมเป็นอย่างไร” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ทำให้เกิดความพึงพอใจและทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกอย่างแน่นอน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษาอังกฤษที่ดี ทำให้ให้เกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“แน่นอนครับ โรงแรมที่พนักงานสามารถให้บริการภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง และ คล่องแคล่ว ย่อมได้เปรียบโรงแรมที่พนักงานพูดภาษาอังกฤษผิดๆ อยู่แล้ว แต่ภาษาอังกฤษ เป็นเพียงปัจจัยเดียว ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ ของโรงแรมด้วย เช่น บรรยากาศ รสชาติอาหาร หรือ ความเป็นมิตรของพนักงาน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความคิดเห็นตรงกันว่า การที่พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าต่างชาติ โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลาง จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ และกลับมาใช้บริการซ้ำ เนื่องจากลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการบริการ, พนักงานที่ใช้ภาษาอังกฤษในการให้บริการมีความเป็นมืออาชีพ, ภาพลักษณ์ขององค์กรดูมีความเป็นสากล ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ทำให้ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการซ้ำ

4.4.5 ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและพนักงานอย่างไรบ้าง

“ถ้าสื่อสารกับลูกค้าเข้าใจจะทำให้เกิดความเป็นกันเอง ลูกค้าเกิดความสบายใจ กลายเป็นความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับพนักงาน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“สามารถพูดคุยได้มากกว่า เปิดกว้างกว่า เข้าถึงได้มากกว่า ถ้าเราพูดภาษาที่ตรงกันได้ เรื่องความสัมพันธ์ต้องดีกว่าแน่นอน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“หากลูกค้าและพนักงานเข้าใจกัน มีเคมีที่ตรงกัน ทั้งสองฝ่ายต้องรู้สึกพึงพอใจเป็นธรรมดา” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“นอกจากเรื่องของการให้บริการ หากพนักงานสามารถสื่อสารพูดคุยกับลูกค้าได้ก็อาจทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์และมิตรภาพใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มีส่วนช่วยเพราะ เมื่อใช้ภาษาเป็นสื่อกลางในการคุยให้เข้าใจตรงกัน ทั้งผู้รับ และผู้ให้บริการก็เกิดความสะดวก และสบายใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ลูกค้าเกิดความสบายใจที่จะมาพูดคุย หรือสอบถามข้อมูลจากพนักงาน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ผ่านการให้บริการ โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษาจะทำให้ทั้งตัวลูกค้าและพนักงานเข้าใจซึ่งกันและกัน ไม่ใช่เพียงแค่พนักงานเข้าใจลูกค้าเท่านั้น จากประสบการณ์การทำงานจะเห็นได้ว่ามีลูกค้าจำนวนมากกลับมาใช้บริการของเราอีก และมักจะถามหาพนักงานคนเดิมๆ เพราะพนักงานสามารถช่วยเหลือลูกค้าได้อย่างดี” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ช่วยให้ลูกค้าและพนักงาน ได้สื่อสารกันมากขึ้น เกิดการทักทาย และพูดคุย รวมถึงการที่ได้ช่วยรับฟังและแก้ไขปัญหาให้ผู้เข้าพิกได้อย่างทันท่วงที ไม่ต้องรอใช้ตัวกลางในการช่วยแปล” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ช่วยให้การสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่เกิดความเข้าใจผิดกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การที่เราสามารถสื่อสารกันด้วยความเข้าใจจากการใช้ภาษา ก็จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีง่ายกว่าการที่ไม่เข้าใจภาษาซึ่งกันและกัน การที่ทำเข้าใจภาษา เราก็จะเข้าใจกัน เข้าใจความต้องการ ทำให้ความต้องการสำเร็จผล พอได้ในสิ่งที่ต้องการ เราก็จะมีความรู้สึกดีให้กัน นำไปสู่การเกิดความสัมพันธ์ที่ดีได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“การที่พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าเป็นภาษาอังกฤษได้ ทำให้เกิดการเข้าใจซึ่งกันและกัน จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและพนักงาน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษามีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพราะถ้าหากเราเข้าใจลูกค้าว่าลูกค้าต้องการอะไร เราสามารถพูดคุย แนะนำหรือเสนอเพิ่มเติมส่วนอื่นๆให้ลูกค้าได้เห็นถึงความการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เพราะการสื่อสารทำให้มีบทสนทนาที่สามารถต่อยอดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้ยิ่งสื่อสารกันได้มากเท่าไรก็สามารถทำให้เข้าใจกันได้มากขึ้นเท่านั้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“พูดคุยกับลูกค้าได้อย่างชัดเจน และอาจนำไปสู่บทสนทนาที่สนุกสนาน ระหว่างพนักงาน และลูกค้า ทำให้เกิดความประทับใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เปรียบเทียบกับพนักงานในโรงแรมเดียวกันเอง ที่ไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ ลูกค้าจะรู้สึกว่าการที่พูดภาษาอังกฤษได้นั้น ดูน่าพูดคุยด้วยมากกว่า อยากติดต่อสื่อสารกับพนักงานที่พูดภาษาอังกฤษได้ค่อนข้างมากกว่า จึงทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและพนักงาน โดยมีภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลาง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุป กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า การที่พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางได้นั้น ทำให้ลูกค้าและพนักงานสามารถเข้าใจกันได้ดีขึ้น เพราะพนักงานจะเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ ลดการเข้าใจผิดในการให้บริการ ลูกค้าก็ได้รับในสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตนเอง นอกจากนี้ การใช้ภาษาอังกฤษเป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างลูกค้าและพนักงาน ยังอาจนำไปสู่การถามไถ่ในเรื่องอื่นๆนอกเหนือจากการให้บริการ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างลูกค้ากับพนักงาน

4.4.6 ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในการบริการอย่างไรบ้าง

“การมีความรู้ในด้านภาษาช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับภาพลักษณ์ของตนเองและบริษัทได้เป็นอย่างดี” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ภาษาอังกฤษก็มีระดับเหมือนภาษาไทย ถ้าเราบริการแขกที่มีความหรูหราอีกระดับ การวางตัวและการเลือกใช้คำในภาษาอังกฤษ ก็มีส่วนช่วยเรื่องความน่าเชื่อถือ ความพึงพอใจได้มากเช่นกัน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ในปัจจุบันภาษาอังกฤษยังคงเป็นภาษากลางในการให้บริการทั่วโลก ภาษาอังกฤษจึงเป็นภาษาที่จะทำให้งานบริการของเรามีมาตรฐานอยู่ในระดับสากล และจุดนั้นเองจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“หากผู้ให้บริการสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีและสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง จะช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือในการบริการ ลูกค้าเกิดความวางใจในการใช้บริการ” (กลุ่มตัวอย่าง

คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มีส่วนช่วยสร้างความน่าเชื่อถืออย่างมาก เนื่องจากถือเป็นภาษาหลักของโลก แสดงถึงความเป็นมืออาชีพในงานบริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“คู่มืออาชีพในการให้บริการค่ะ แสดงถึงความน่าเชื่อถือของบริการไปด้วยในตัว” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ในบริษัทใหญ่ๆ โดยเฉพาะธุรกิจบริการถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก เพราะการที่ลูกค้าต่างชาติจะเชื่อถือในการบริการของบริษัทโดยดูจากความสามารถในการสื่อสารของพนักงานเป็นอันดับแรก” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เพิ่มความเป็นมืออาชีพ ยิ่งพนักงานมีความรู้ด้านภาษาในระดับที่ดีมาก ๆ จะยิ่งทำให้รู้สึกถึงความพร้อมในการให้บริการต่อนานาชาติค่ะ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้ภาษาอังกฤษในวงกว้าง ดังนั้นการที่ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้จึงส่งผลให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดูดีขึ้น ดูเป็นมืออาชีพมากขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การที่จะใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องนั้น ส่วนใหญ่บุคคลนั้นๆ มีวุฒิการศึกษามาบ้างแล้ว และถ้าเราให้คนที่มีความรู้ภาษาอังกฤษมาให้บริการลูกค้า การบริการนั้นก็就会产生ความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น และถ้าพนักงานให้บริการพร้อมกับความมั่นใจ ความมั่นใจนี้จะส่งผลถึงน้ำเสียง ท่าทางที่แสดงออก ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจ ดูน่าเชื่อถือมากขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ถ้าหากว่าพนักงานในองค์กรสามารถสื่อสารภาษาสากลอย่างภาษาอังกฤษได้ก็จะแสดงให้เห็นว่าพนักงานในองค์กรนั้นมีความสามารถในการปฏิบัติงานและมีประสิทธิภาพมากเพียงพอเป็นการส่งเสริมให้องค์กรนั้นดูมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การที่พนักงานพูดคุย สื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าต่างชาติได้อย่างคล่องแคล่ว ทำให้เกิดเป็นความน่าเชื่อถือทั้งต่อตัวพนักงานเอง และต่อโรงแรม” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษามีส่วนช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือเพราะถ้าเราสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เราก็สามารถทำการให้บริการได้กับลูกค้าได้หลายเชื้อชาติจึงทำให้ลูกค้าชาวต่างชาติท่านอื่นๆอยากใช้บริการกับเรา” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษาอังกฤษที่ดีของพนักงานทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในการบริการเพราะ ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่า พนักงานสามารถตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้ โดยไม่ผิดพลาด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“แน่นอน พนักงานที่สื่อสารภาษาอังกฤษได้ แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มืออาชีพคือความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าการบริการของเราสามารถไปถึงลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตามความต้องการของลูกค้า โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นตัวกลางในการสื่อสาร” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุป กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน คือ ภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการบริการ เพราะภาษาอังกฤษมีสถานะเป็นภาษากลางในการสื่อสาร แสดงความเป็นสากล การที่พนักงานในองค์กรสามารถให้บริการโดยใช้ภาษาสากลได้ ถึงทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อใจในองค์กรนั้นว่ามีความเป็นสากล เชื่อถือในการบริการได้ และพนักงานในองค์กรเองยังมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวต่างชาติ และลูกค้าก็ได้รับในสิ่งที่ตรงกับความต้องการ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้ทั้งต่อองค์กร และต่อตัวพนักงานเอง

4.4.7 ท่านเคยได้รับการประเมินการให้บริการภาษาอังกฤษจากหัวหน้างานหรือองค์กรหรือไม่ อย่างไรบ้าง

“ไม่เคย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เคย ส่วนใหญ่จะได้อยู่ที่ระดับดี แต่ยังไม่ถึงขั้นดีมาก ต้องพัฒนาเรื่อยๆ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ไม่เคย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เคย ได้รับการประเมินในระดับดี ในส่วนของการฟัง พูด อ่าน เขียน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เคยได้รับการประเมินทุกกรอบสามเดือนจากหัวหน้าพร้อมท์ออฟฟิศ เป็นแบบสอบถามที่ตอบโดยผู้รับบริการเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการบริการ ผลประเมินพอใจสูงสุด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ไม่เคย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ได้รับการประเมินทุกปี โดยการสังเกตจากการทำงานโดยหัวหน้างาน เพราะต้องใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานมากกว่า 80% ทั้งการอ่าน พูด และเขียน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เคยค่ะ โดยการจ้างบริษัทตรวจสอบมาตรฐานการทำงานส่มโทรเข้ามาในโรงแรม สอบถามข้อมูลต่างๆ และขอข้อมูลที่เป็นเอกสาร ให้ส่งแนบไปตามอีเมลที่มีการแจ้งเข้ามา โดยใช้บุคคลที่เป็นชาวต่างชาติโทรเข้ามาจริง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ไม่เคย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เคยได้รับการประเมินมาบ้างในระหว่างการทำงาน เป็นการประเมินโดยการทำข้อสอบ เป็นข้อสอบตัวเลือก โดยส่วนต่อคิดว่าควรจะต้องมีการประเมินให้ถี่มากกว่านี้ ทั้งด้าน ฟัง พูด อ่าน เขียน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

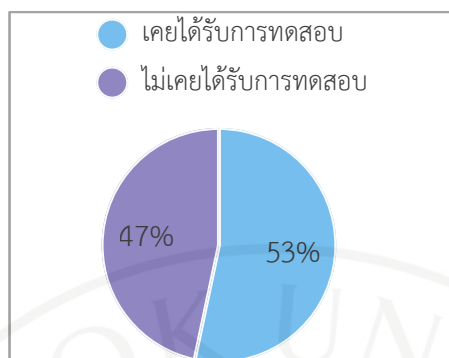
“ยังไม่เคยได้รับการประเมินใดค่ะ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ยังไม่ได้รับการประเมินในส่วนนี้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เคยได้รับการประเมินจากหัวหน้างานและผลการประเมินออกมาเป็นที่น่าพอใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การสอบข้อเขียนก่อนการสัมภาษณ์งาน, การสอบสัมภาษณ์ของหัวหน้างานที่เป็นชาวต่างชาติ, การเสนอการขายต่างๆ (Up Sale) เช่น เพคเกจทัวร์ เพคเกจดินเนอร์ในโอกาสต่างๆ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ยังไม่เคยได้รับการทดสอบ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)



ภาพที่ 4.1: แผนภูมิแสดงการจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่เคย/ไม่เคยได้รับการทดสอบภาษาอังกฤษ

กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีทั้งที่เคยได้รับการทดสอบทักษะความรู้ภาษาอังกฤษและที่ยังไม่เคยได้รับการทดสอบ แสดงเป็นค่าร้อยละตามแผนภูมิด้านล่าง

4.4.8 ท่านคิดว่าทักษะการใช้ภาษาอังกฤษที่ดีในการให้บริการ ทำให้องค์กรและตัวพนักงานเกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

“100% แน่แน่นอน ภาษาแน่นยิ่งดูสวย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ภาษาอังกฤษก็มีหลายระดับเหมือนกับภาษาไทย ถ้าเราเลือกใช้คำตรงกับบุคลิก หรืออริยาบพของลูกค้าคนนั้นๆ ก็จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือที่มากขึ้น ยังช่วยสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าอีกด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ในปัจจุบันภาษาอังกฤษยังคงเป็นภาษากลางในการให้บริการทั่วโลก ภาษาอังกฤษจึงเป็นภาษาที่จะทำให้งานบริการของเรามีมาตรฐานอยู่ในระดับสากล และจุดนั้นเองทำให้เกิดความน่าเชื่อถือขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“การสื่อสารที่ดีและมีความถูกต้อง ช่วยแสดงถึงความเป็นมืออาชีพของตัวพนักงานและองค์กร ช่วยให้ผู้ใช้บริการเชื่อถือและเชื่อมั่นที่จะใช้บริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การใช้ทักษะภาษาอังกฤษที่ดี และเหมาะสมในการให้บริการ ทำให้องค์กร และตัวพนักงาน เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นอย่างแน่นอน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มากขึ้น เพราะ ถ้าพนักงานให้บริการได้อย่างมืออาชีพ ความน่าเชื่อถือของบริการก็จะตามมาเอง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ในบริษัทใหญ่ๆ โดยเฉพาะธุรกิจบริการถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก เพราะการที่ลูกค้าต่างชาติจะเชื่อถือในการบริการของบริษัทโดยดูจากความสามารถในการสื่อสารของพนักงานเป็นอันดับแรกๆ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง แต่ก็ไม่ใช่ทั้งหมด ตัวพนักงานเองก็ต้องมีความรู้เกี่ยวกับตำแหน่งงานที่ทำ และองค์กรของตัวเองในระดับที่ดีด้วย จึงจะสร้างความน่าเชื่อถือขึ้นได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ดูน่าเชื่อถือขึ้น ดูนีประสบการณ์และความใส่ใจในการพัฒนาศักยภาพของตนเองของพนักงาน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ถ้าเราสามารถใช้ภาษาได้ดี ก็จะดูดียิ่งขึ้น ถ้าใช้ภาษาอังกฤษอย่างถูกต้องตามหลักการ มีความเข้าใจ ให้การบริการได้ตรงจุดจากความเข้าใจนั้นๆ และถ้าเรามีความมั่นใจในการใช้ภาษา ความมั่นใจก็จะส่งผลถึงน้ำเสียง ท่าทางที่แสดงออก ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจ ดูน่าเชื่อถือมากขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เกิดความน่าเชื่อถือต่อองค์กรและพนักงานเป็นอย่างมาก เพราะด้วยความที่สถานที่ที่เราอยู่ และดำเนินชีวิตนั้นคือประเทศไทย ก็จะใช้ภาษาไทยเป็นตัวกลางในการสื่อสารกับคนในประเทศโดยส่วนใหญ่ ซึ่งหากจะเก่งในภาษาอังกฤษได้นั้น ก็ต้องมีความใฝ่รู้และขยันหมั่นเพียรในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ นั่นแสดงให้เห็นว่าพนักงานนั้นมีความสามารถ ไม่หยุดเรียนรู้ที่จะก้าวไปข้างหน้า ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ ก็จะช่วยส่งเสริมให้องค์กรดูมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นไปด้วย เพราะองค์กรมีพนักงานที่เก่งและมีความสามารถอยู่ในองค์กร บุคคลอื่นๆ ที่มีความสามารถก็จะอยากมาทำงานภายในองค์กรเพิ่มขึ้นด้วย ยิ่งเมื่อลูกค้าได้ใช้บริการก็จะเกิดความประทับใจมากขึ้นด้วยความมีประสิทธิภาพของพนักงาน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้มาก ในส่วนของพนักงานเองจะทำให้เรามีความสามารถพิเศษติดตัว คือการใช้ภาษาอังกฤษในการพูดคุย ในส่วนขององค์กรจะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเห็นถึงการให้บริการที่มีมาตรฐาน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ถ้าสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีจะเป็นการยกระดับสถานที่ทำงานและความน่าเชื่อถือได้มากขึ้น ทำให้ลูกค้าชาวต่างชาติที่ มั่นใจที่จะเข้าใช้บริการซึ่งมาจากตัวพนักงานและองค์กรมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ภาษาอังกฤษที่ดีของพนักงาน ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อโรงแรม” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“มีส่วนอย่างแน่นอน การที่พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ รวมทั้งชื่อเสียงที่ดีให้กับโรงแรม” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันที่ว่า หากพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี จะทำให้ทั้งองค์กร และตัวพนักงานเอง เกิดความน่าเชื่อถือในการให้บริการ

4.5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

4.5.1 ท่านมีวิธีการอย่างไรบ้างในการบริการ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

“ถ้าสื่อสารกับลูกค้าเข้าใจจะทำให้เกิดความเป็นกันเอง ลูกค้าเกิดความสบายใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษา ปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“บริการอย่างเต็มที่ทุกครั้ง และอย่าลืมรอยยิ้มทุกครั้งที่พบหน้าแขก อาจมีการพูดคุยนอกเรื่องบ้าง เพื่อสร้างความสบายใจ ไม่ตึงเครียด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“สิ่งสำคัญคือเราต้องรู้รายละเอียดและพยายามเข้าใจนิสัยของลูกค้า ถ้าเรารู้ว่าเราต้องเอาใจเขาตรงจุดไหน เขาจะเกิดความประทับใจและจะกลับมาใช้บริการซ้ำ การที่เราเข้าถึงลูกค้าได้ จะ

ทำให้เราได้เปรียบคู่แข่งเจ้าอื่น ๆ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่ด้วย service mind และเชิญชวนให้กลับมาใช้บริการซ้ำ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“สื่อสาร และให้บริการด้วยความจริงใจ และเต็มที่” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“บริการอย่างเต็มใจและใส่ใจ ยิ้มแย้ม นอบน้อม และพูดเชิญชวนให้มาใช้บริการซ้ำอีก” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“บริการด้วยความจริงใจ สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า มีความเข้าใจว่าลูกค้าต้องการอะไร และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“มีความซื่อสัตย์ต่อผู้ใช้บริการ และ service mind ต่อผู้ใช้บริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“บริการด้วยรอยยิ้มและความเข้าใจ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เราต้องสร้างมาตรฐานการบริการให้สูงมาก ให้เกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการบริการของเรานั้นเกินความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าจะจดจำเราได้ และคิดถึงเราอีกครั้งหากต้องการใช้บริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ในการบริการต้องมีสติในการทำงานมากที่สุด ไม่ว่าจะเจอกับปัญหาหรือสถานการณ์ใดๆ ก็ตาม ซึ่งสามารถเจอได้หลากหลายรูปแบบอย่างคาดเดาไม่ได้ การควบคุมอารมณ์ถือว่าสำคัญมาก ต้องยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะต่อลูกค้า เช่น เมื่อลูกค้ามาใช้บริการ หากพนักงานแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่ไม่ดี ลูกค้าก็จะเริ่มรู้สึกแย่ในการใช้บริการที่นั่นๆ แต่กลับกันหากพนักงานยิ้มแย้ม พูดจาไพเราะน่าฟัง เอาใจใส่ลูกค้า ลูกค้าก็จะเกิดความพอใจในระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นระดับมาตรฐานที่ทุกคนควรต้องมี และลูกค้าจะอยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เพราะความใส่ใจและการมีสติในการทำงาน ไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้องกับเวลางาน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การที่จะให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำนั้นจะต้องเกิดความประทับใจในการเข้าใช้บริการในส่วนต่างๆภายในโรงแรมในด้านการใช้ภาษานั้นก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเราสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ ชักชวนแนะนำ package โปรโมชันต่างๆให้ลูกค้ากลับมาใช้ซ้ำได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“บริการอย่างเต็มประสิทธิภาพ น้อมรับคำติชมและนำกลับมาแก้ไขปรับปรุง” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“พูดคุยด้วยความนอบน้อมและเป็นกันเอง, ให้คำแนะนำในด้านต่างๆ เช่น แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แนะนำร้านอาหาร, ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆอย่างจริงใจ เช่น ประสานการจอง/เปลี่ยน/ยกเลิก เที่ยวบิน หรือโรงแรมในจุดหมายปลายทางถัดไป” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า การบริการที่ดีมีส่วนในการตัดสินใจประมาณ 50% นอกจากนี้ อาจเป็นปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากการบริการ อาจจะเป็น บรรยากาศของโรงแรม ความสะอาดของข้าวของเครื่องใช้ ดังนั้น การบริการที่ดีให้ลูกค้าประทับใจ จึงเป็นส่วนสำคัญในการที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาใช้บริการที่โรงแรมของเราซ้ำหรือไม่ ถ้าพนักงานบริการดี ให้คำแนะนำได้ตามความต้องการของลูกค้า เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและพนักงาน ลูกค้าจะต้องกลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่หลากหลายในการทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ เช่น

- สื่อสารกับลูกค้าอย่างเป็นมิตร ทำให้ลูกค้าเกิดความสบายใจ และลูกค้าจะเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ
- ให้บริการอย่างเต็มที่ บริการด้วยรอยยิ้ม
- พยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้า ว่าลูกค้ามีความต้องการอะไร เพื่อจะได้บริการให้ตรงความต้องการของลูกค้า
- ให้บริการด้วย Service Mind และกล่าวเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ
- การให้บริการที่มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อสร้างความพึงพอใจ และลูกค้าจะเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ
- ใช้สติให้มากในการบริการ พูดจาไพเราะ ยิ้มแย้ม เอาใจใส่ลูกค้า

- ทุกภาคส่วนของโรงแรมต้องช่วยกันสร้างบรรยากาศที่ดี ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำ

4.5.2 ในมุมมองของท่าน การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า เกิดประโยชน์ต่อองค์กรของท่านอย่างไรบ้าง

“เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจในครั้งแรก การกลับมาครั้งที่ 2,3,4 จะตามมา บริษัทได้เงินแถมมีลูกค้าประจำไปอีก สิ่งสำคัญคือมาตรฐานในการบริการต้องคงที่ จึงจะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจที่จะกลับมาอีกต่อไป“ (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 เพศทางเลือก, อายุ 40 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 18 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ในเมื่อลูกค้ากลับมาใช้บริการที่พักของเราซ้ำ อาจมองได้ว่าลูกค้าพึงพอใจการบริการของที่นี่ระดับหนึ่ง แล้วถ้าเราทำได้อย่างนี้เรื่อยๆ ลูกค้าทั้งท่านนั้นๆ และท่านอื่นๆก็จะกลับมาอีกเรื่อย ซึ่งเป็นผลดีต่อรายได้ขององค์กร และค่าบริการที่เราจะได้รับในรายเดือนด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 เพศชาย, อายุ 25 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ลูกค้าประจำเป็นตัวการันตีว่าบริการของเราจะอยู่ในระดับมาตรฐานและรายได้ของเราจะคงที่ที่เท่าไร อีกทั้งพวกเขายังสามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้เราได้อีกด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 เพศชาย, อายุ 28 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“ช่วยให้องค์กรมีฐานลูกค้าที่แน่นอน ซึ่งลูกค้าเหล่านี้จะช่วยบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการโดยวิธีการปากต่อปาก ซึ่งน่าเชื่อถือมากสำหรับผู้ที่สนใจในการใช้บริการรายใหม่” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 เพศหญิง, อายุ 31 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 8 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เกิดประโยชน์อย่างแน่นอน เนื่องจากการกลับมาใช้ซ้ำหมายถึง ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ และผู้ใช้บริการที่พึงพอใจจะช่วย บอกต่อ และรื้อวนนอกจากเกิดการใช้ซ้ำแล้ว ก็จะมีการใช้เพิ่ม และขยายไปเรื่อยๆ ซึ่งหากธุรกิจยังมีผู้ใช้บริการ หมายความว่าธุรกิจยังสามารถสร้างรายได้ และมีโอกาสเติบโตขยายต่อไปอีกในอนาคต” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 เพศหญิง, อายุ 34 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เกิดประโยชน์ในการพูดปากต่อปาก และพูดถึงองค์กรในทางที่ดี ทำให้องค์กรเกิดชื่อเสียงในด้านดีตามไปด้วย” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ประสบการณ์ในการทำงาน 0.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ถือเป็นการสร้างชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร และที่สำคัญที่สุดคือการมี Returning guest ในโรงแรมทำให้เราเข้าใจความต้องการกลุ่มลูกค้าเดิมและสามารถช่วยเหลือเค้าได้ ที่สำคัญคือหากลูกค้ากลับมาใช้บริการของเราซ้ำมากเท่าไร สิ่งที่ตอบแทนกลับมาหาตัวพนักงานคือ

รายได้ กำไร ในรูปแบบของ Service charge และโบนัสตอนสิ้นปี” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 4 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เมื่อมีลูกค้ากลับมาใช้ซ้ำบ่อยๆ จะเกิดเป็น Loyalty guest โดยที่แขกประเภทนี้จะสร้าง words of mouth ที่ดี ส่งต่อไปในบริเวณกว้าง ส่งต่อกันไป ช่วงสร้างชื่อเสียงที่ดีให้องค์กร และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านการตลาดลงได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“แน่นอนว่าทำให้รายได้ขององค์กรเพิ่มขึ้น ไม่ใช่แค่เพียงคนเดียว ลูกค้าที่กลับมาใช้บริการซ้ำ ต้องบอกต่อคนใกล้ตัวว่าการบริการของโรงแรมของเรามีมาตรฐานและสามารถไว้วางใจในการบริการได้” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ถ้าเราสามารถให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการของเราซ้ำได้ เราก็จะไม่เสียทรัพยากรไปกับการโฆษณาในการพยายามโน้มน้าวให้มาใช้บริการของเรา อีกทั้งการที่ลูกค้าพึงพอใจกับการบริการของเรา อาจจะทำให้เขาเอาไปแนะนำต่อบุคคลอื่นๆ ซึ่งการแนะนำต่อแบบปากต่อปาก มีความน่าเชื่อถือมากกว่าการโฆษณาซะอีก การใช้ซ้ำบ่อยๆจะทำให้ในอนาคตลูกค้ากลุ่มนี้มีความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีต่อองค์กรของเรา” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 เพศหญิง, อายุ 27 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับหัวหน้างาน)

“เกิดความน่าเชื่อถือแก่องค์กร หากลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ แสดงให้เห็นว่า การบริการขององค์กรมีการบริการที่ดี มีมาตรฐาน ซึ่งความเป็นไปได้ของผู้ที่มาใช้บริการซ้ำนั้น มาจากความประทับใจในการบริการ และมีความเป็นไปได้สูงว่าผู้ใช้บริการนั้นๆ จะแนะนำการบริการของเราให้แก่ผู้อื่นได้มาใช้บริการของเราด้วย ซึ่งนี่ถือว่าการตลาดที่ลงทุนน้อยแต่มีความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก เพราะเป็นประสบการณ์จริงจากผู้ที่เคยใช้บริการ” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 11 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เกิดประโยชน์เป็นอย่างมากเพราะเราได้รับความเชื่อใจความประทับใจจึงทำให้ลูกค้ากลับมาใช้ซ้ำและจะเป็นการ promote โรงแรมของเราจากลูกค้ากลุ่มนี้ด้วยคือ การบอกปากต่อปาก” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 12 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ทำให้องค์กรเกิดความน่าเชื่อถือและสร้างชื่อเสียงที่ดีให้แก่องค์กรทำให้มีลูกค้าที่จะใช้บริการเป็นจำนวนมากในอนาคต” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 13 เพศหญิง, อายุ 25 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 1 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“เมื่อมีการใช้ซ้ำ แสดงถึงความชอบ ความรู้สึกพอใจ และไว้วางใจที่จะใช้บริการของลูกค้า อาจจะนำพาไปสู่การบอกต่อ และมีฐานลูกค้าทั้งใหม่และเก่าเกิดขึ้น” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 14 เพศหญิง, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 2.6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

“ประโยชน์ของการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจนคือ ลูกค้านำรายได้กลับมาให้ทางโรงแรมซ้ำแล้วซ้ำอีก ทำให้เกิดผลกำไรต่อธุรกิจ นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยโฆษณาโรงแรมไปในตัวด้วย เนื่องจากลูกค้าอาจมีการบอกปากต่อปากว่าการมาพักที่โรงแรมของเรามีข้อดีอย่างไรบ้าง และจะกลายเป็นลูกค้าประจำไปในที่สุด” (กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 15 เพศชาย, อายุ 28 ปี, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสบการณ์ในการทำงาน 6 ปี, ระดับปฏิบัติการ)

กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นส่วนใหญ่ไปในแนวทางเดียวกันคือ การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ทำให้เกิดรายได้เข้าองค์กร นอกจากนี้ยังเป็นการประหยัดงบการโฆษณาไปในตัว เนื่องจากหลังจากที่ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการแล้วกลับไปเพื่อบอกคนอื่นๆเกี่ยวกับการให้บริการ ทำให้เกิดการบอกแบบปากต่อปาก (Word of mouth) ซึ่งเป็นการโฆษณาที่ดีที่สุด เพราะลูกค้าที่ได้มาใช้บริการจริง ย่อมรู้ว่าบริการที่ได้รับ เป็นอย่างไร ทำให้องค์กรเกิดความน่าเชื่อถือ และสร้างฐานลูกค้าได้มากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า กรณีศึกษา : โรงแรมแห่งหนึ่งในย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อเป็นสื่อในการสื่อสารระหว่างพนักงานต้อนรับของโรงแรม และลูกค้าชาวต่างชาติ โดยงานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) เก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานต้อนรับของโรงแรมจำนวน 15 คน โดยแบ่งออกเป็นพนักงานในระดับปฏิบัติการ (Operation) จำนวน 10 คน พนักงานในระดับหัวหน้างาน (Supervisor, Asst. Manager หรือ Manager) จำนวน 5 คน สามารถสรุปผลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาได้ดังนี้

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ของพนักงาน

5.1.1 การศึกษาในครั้งนี้ มีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 15 คน เป็นเพศ ชาย 4 คน (คิดเป็น 26.67%) เพศหญิง 10 คน (คิดเป็น 66.67%) และ เพศทางเลือก 1 คน (คิดเป็น 6.67%) ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างเริ่มต้นที่ 25 ปี จำนวน 5 คน (คิดเป็น 33.33%) อายุ 27 ปี 1 คน (คิดเป็น 6.67%) อายุ 28 ปี จำนวน 6 คน (คิดเป็น 40%) อายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน (คิดเป็น 20.01%) ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปริญญาตรี 13 คน (คิดเป็น 86.67%) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 1 คน (คิดเป็น 6.67%) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี 1 คน (คิดเป็น 6.67%) ประสบการณ์ในการทำงานไม่เกิน 5 ปี จำนวน 7 คน (คิดเป็น 46.67%) เกิน 5 ปี จำนวน 8 คน (คิดเป็น 53.33%)

5.2 ผลการวิเคราะห์ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษที่พนักงานพบเจอ

5.2.1 ความจำเป็นของภาษาอังกฤษในงานบริการ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งพนักงานในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นต่อการให้บริการ เนื่องจากเป็นภาษาสากล แสดงถึงความเป็นมืออาชีพในการให้บริการของพนักงาน เหตุที่ภาษาอังกฤษมีความจำเป็นในการให้บริการเนื่องจากลูกค้าที่เข้าพักส่วนมากเป็นชาวต่างชาติ การสื่อสารที่สากลและมีประสิทธิภาพมากที่สุดจึงต้องผ่านการใช้ภาษาอังกฤษเป็นตัวกลางในการสื่อสาร การให้บริการแก่ลูกค้าชาวต่างชาติด้วยภาษาอังกฤษได้ พนักงานจำเป็นจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในระดับที่สามารถสื่อสารให้

เข้าใจและถูกต้อง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษของ (ทียาพร ศิลปี, 2559) ที่กล่าวว่าคนที่บุคคลจะมาสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จำเป็นจะต้องมีความสามารถทั้ง 4 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย

1. ความสามารถในการใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องตามหลักภาษาศาสตร์หรือตามหลักไวยากรณ์ (Grammatical Competence)
2. ความสามารถด้านสังคมภาษาศาสตร์ (Sociolinguistic Competence)
3. ความสามารถในการใช้ความสัมพันธ์ของข้อความ (Discourse Competence)
4. ความสามารถในการใช้กลวิธีในการสื่อความหมาย (Strategic Competence)

5.2.2 ปัญหาต่างๆที่พนักงานเคยพบเจอ

ปัญหาที่พนักงานระดับปฏิบัติการพบเจอคือปัญหาด้านสำเนียงการออกเสียงภาษาอังกฤษของลูกค้าชาวต่างชาติ เนื่องจากลูกค้าที่มาเข้าพัก เดินทางมาจากทุกทวีปทั่วโลก ทำให้เกิดการสับสนในสำเนียงการพูด รวมถึงคำศัพท์ที่ใช้ที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละประเทศ อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อการบริการ นำไปสู่ความไม่พอใจในการให้บริการได้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านอื่นๆอีกเล็กน้อยที่พนักงานต้องพบเจอ เช่น ปัญหาการใช้คำศัพท์ที่ไม่เหมือนกัน เช่น โทรศัพท์มือถือ นักท่องเที่ยวบางคนเรียกว่า Telephone บางคนเรียก Cell phone หรือบางคนอาจเรียกว่า Mobile phone ทำให้พนักงานเกิดความสับสน แต่ในระดับบริหารไม่ค่อยพบเจอปัญหาเหล่านี้ เนื่องจากมีโอกาสติดต่อกับลูกค้าน้อยกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการ ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจความหมายของคำศัพท์ที่ตนเองไม่เคยได้ยินหรือไม่เข้าใจความหมาย พนักงานจึงต้องอาศัยหลักการเดาอย่างมีหลักการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การเรียนรู้ทักษะการพูดภาษาต่างประเทศ Oxford (1990, อ้างถึงใน ฌภัทร วุฒิวงศา, 2557) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ทางตรงเกี่ยวกับภาษา ด้านการทดแทน (Compensation Strategic) เป็นวิธีการเดาอย่างมีหลักการ เช่น การเลือกใช้ความหมายใกล้เคียงกับคำศัพท์ที่ยังไม่รู้ความหมาย

5.2.3 วิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารกับลูกค้า

การแก้ปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน มีแนวทางที่หลากหลาย ทั้งแก้ปัญหาจากตัวเองคือการฝึกฝนภาษาอังกฤษจากการดูซีรี่ย์, ภาพยนตร์ หรือฟังเพลงที่เป็นภาษาอังกฤษ รวมถึงมีการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตคือการใช้โปรแกรมหรือแอปพลิเคชันเพื่อเป็นตัวช่วยในการแปลภาษา หรือบางคนอาจแก้ปัญหาที่ปลายทางคือการให้ลูกค้าอธิบายโดยใช้คำศัพท์ง่ายๆ ให้ลูกค้าใช้แอปพลิเคชัน เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างลูกค้าและพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าได้ พนักงานจำเป็นจะต้องมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษของ (ทียาพร ศิลป์, 2559) ที่กล่าวว่า การที่บุคคลจะสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จำเป็นจะต้องมีความรู้ความสามารถทั้ง 4 ด้าน อันประกอบด้วย

1. ความสามารถในการใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องตามหลักภาษาศาสตร์หรือตามหลักไวยากรณ์ (Grammatical Competence) หมายถึง ต้องมีความรู้ทางด้านภาษาในขั้นที่สามารถนำไปใช้ในการแต่งประโยคที่สื่อความหมายได้ จะต้องออกเสียงได้อย่างถูกต้อง ไปจนถึงการสนทนาโต้ตอบด้วยสำเนียง และจังหวะที่เจ้าของภาษาฟังแล้วจะพอเข้าใจได้ สามารถจำแนกออกเป็น

- 1.1 ความรู้ด้านคำศัพท์ (Vocabulary Knowledge)
- 1.2 ความรู้ด้านประเภทของคำ (Morphological Knowledge)
- 1.3 ความรู้ด้านโครงสร้างของประโยค (Syntactic Knowledge)
- 1.4 ความรู้ด้านความหมายของคำ (Semantic Knowledge)
- 1.5 ความรู้ด้านการออกเสียง (Phonetic Knowledge)
- 1.6 ความรู้ด้านหลักการสะกดคำ (Orthographic Rules)

2. ความสามารถด้านสังคมภาษาศาสตร์ (Sociolinguistic Competence) หมายถึง ความสามารถที่จะใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องตามระเบียบปฏิบัติของสังคม คือ มีความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม สถานภาพทางสังคม และบทบาทในสังคมของบุคคล โดยสามารถเลือกใช้ภาษาให้ถูกต้องเหมาะสมกับบุคคลและโอกาสต่างๆได้ เช่น รู้ว่าจะต้องมีความสุภาพระดับใดเมื่ออยู่

ในสถานการณ์ที่เป็นทางการ ไม่เป็นทางการ โดยเลือกให้ตรงกับวัยวุฒิ คุณวุฒิ ตำแหน่งหน้าที่การงาน ตลอดจนความตั้งใจที่จะสื่อสารของบุคคลนั้นๆ

3. ความสามารถในการใช้ความสัมพันธ์ของข้อความ (Discourse Competence) หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประโยค โดยใช้ความรู้ทางไวยากรณ์และความสามารถในการเชื่อมโยงความหมายทางภาษาให้เข้ากันได้อย่างถูกต้อง เช่น มีการลำดับของการเล่าเรื่อง การสื่อสารที่มีข้อความเป็นเหตุเป็นผลสอดคล้องกัน

4. ความสามารถในการใช้กลวิธีในการสื่อความหมาย (Strategic Competence) หมายถึง การใช้เทคนิคเพื่อให้การพูดติดต่อสื่อสารประสบความสำเร็จ ซึ่งเกี่ยวกับการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ ตลอดจนการใช้กิริยาท่าทาง สีหน้า และน้ำเสียงประกอบในการสื่อความหมาย การใช้กลวิธีนี้เป็นการแสดงออกทั้งในทางคำพูด และไม่ใช้คำพูด คือการใช้ภาษาท่าทาง (Body Language) เช่น การขยายความด้วยคำศัพท์อื่นๆ แทนคำศัพท์ที่ไม่รู้หรือนึกไม่ออกในขณะนั้น ความพยายามที่จะอธิบายโดยใช้กิริยาท่าทางประกอบ การยิ้มทักทายหรือการเริ่มสนทนากับคนแปลกหน้าที่พบกันโดยไม่รู้จักสถานภาพทางสังคมของกันมาก่อน โดยอาจใช้วิธีสังเกตวัยวุฒิ และบุคลิกภาพของคู่สนทนา เพื่อที่จะได้เลือกใช้ระดับทางภาษาได้ถูกต้องและเหมาะสม

สิ่งเหล่านี้เป็นแนวคิดซึ่งเชื่อมระหว่างความรู้ทางภาษา (Linguistic Knowledge) ทักษะทางภาษา (Language Skill) ความสามารถในการสื่อสาร (Communicative Ability) เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างภาษาเพื่อจะสามารถสื่อสารได้

5.3 ผลการวิเคราะห์วิธีการพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษของพนักงาน

5.3.1 วิธีการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน

วิธีการที่พนักงานระดับปฏิบัติการใช้พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษส่วนมาก มักอยู่กับการฝึกฝนผ่านการดูภาพยนตร์ หรือ ฟังเพลง ภาษาอังกฤษ เพราะปัญหาที่พนักงานส่วนใหญ่ต้องประสบคือ ปัญหาด้านการฟัง ทั้งฟังไม่ทัน หรือฟังแล้วไม่เข้าใจว่าลูกค้าต้องการจะสื่ออะไร ทำให้ไม่สามารถบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พนักงานจึงเลือกที่จะฝึกทักษะการฟังเป็นหลัก เพื่อให้เกิดความคุ้นชินกับ

สำเนียงหรือน้ำเสียงของชาวต่างชาติ พนักงานระดับบริหารเลือกที่จะใช้การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านอื่นๆที่สามารถเห็นผล หรือเกิดประสิทธิผลมากกว่า เช่น การเข้าคอร์สเรียนภาษาอังกฤษเพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการฝึกฝนทักษะการพูดภาษาอังกฤษของ Yongyuth (2547, อ้างถึงใน Tiraporn Jaroensak, 2009) แนะนำวิธีการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษผ่านสื่อ จากการฝึกฟังเทป (Listening Tapes) ภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ (English Soundtrack Movie) และรายการทีวีภาษาอังกฤษ (Television Programs in English) เพื่อศึกษาการออกเสียง (Pronunciation) การเน้นคำเสียงหนัก (Stress) และการออกเสียงสูงต่ำในภาษาอังกฤษ (Intonation) และ (อรพรรณ วีระวงศ์, 2554) ที่กล่าวว่าภาษาเป็นเรื่องของการฝึกฝนให้เกิดความชำนาญ ต้องใช้ให้เกิดความคุ้นชิน ใช้อย่างไรจึงจะเกิดการพัฒนาเพราะภาษาคือการเลียนแบบเพื่อให้เกิดทักษะความชำนาญ

5.3.2 ปัญหาที่พบในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ปัญหาที่พนักงานพบเจอในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล บางคนพบปัญหาความขี้เกียจของตนเอง บางคนพบปัญหาการขาดผู้มีความรู้ในการตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษาอังกฤษ บางคนพบปัญหาเกี่ยวกับหลักการใช้ภาษา เช่น การออกเสียงคำศัพท์ หรือปัญหาการฟังสำเนียงของผู้พูดไม่ออก

5.3.3 วิธีการที่ใช้ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ

วิธีการแก้ปัญหของพนักงานส่วนใหญ่คือการฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษผ่านเครื่องมือต่างๆ เช่น การฝึกฟังผ่านภาพยนตร์, ซีรี่ย์, เพลง ที่เป็นภาษาอังกฤษ การค้นหาความหมายของคำศัพท์ที่ไม่รู้ความหมายทั้งจากพจนานุกรมและจากอินเทอร์เน็ต บางคนใช้การพูดคุยกับคนที่มีความรู้ความชำนาญในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อที่จะได้รับการแก้ไขจุดผิดพลาดจากผู้เชี่ยวชาญ หรือการพยายามใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันให้มากที่สุดผ่านการอ่านป้ายโฆษณา แพลนเนอร์ เพลง แพลบทความ เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของตัวเอง ทั้งนี้ วิธีการที่พนักงานใช้พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ขึ้นอยู่กับความถนัดของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเรื่องวิธีการฝึกฝนทักษะการพูดภาษาอังกฤษของ Yongyuth (2547, อ้างถึงใน Tiraporn Jaroensak, 2009) ที่แนะนำวิธีการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษผ่านสื่อ จากการฝึกฟังเทป (Listening Tapes) ภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ (English Soundtrack Movie) และรายการทีวีภาษาอังกฤษ (Television Programs in English)

เพื่อศึกษาการออกเสียง (Pronunciation) การเน้นคำเสียงหนัก (Stress) และการออกเสียงสูงต่ำในภาษาอังกฤษ (Intonation)

(อรพรรณ วีระวงศ์, 2554) ภาษาเป็นเรื่องของการฝึกฝนให้เกิดความชำนาญ ต้องใช้ให้เกิดความคุ้นชิน ใช้บ่อยๆจึงจะเกิดการพัฒนาเพราะภาษาคือการเลียนแบบเพื่อให้เกิดทักษะความชำนาญ

5.4 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ

5.4.1 ภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยให้พนักงานบริการดีขึ้นอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ ภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยในการบริการให้ดีขึ้น ทั้งด้านความน่าเชื่อถือของทั้งตัวพนักงานเอง หรือความน่าเชื่อถือขององค์กร รวมไปถึงเป็นการช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพของพนักงาน คือ เมื่อพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องและมั่นใจ จะทำให้เกิดบุคลิกภาพที่ดีในสายตาของลูกค้า สอดคล้องกับ (ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลา, 2555) ที่ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม” จากผลการศึกษาพบว่า ประเด็นสำคัญด้านทักษะของบุคลากรที่เป็นปัญหาในทุกบุคลากรคือ ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ ในแง่ของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการใช้ภาษาท่าทาง (Body Language)

5.4.2 มาตรฐานการบริการคืออะไร

พนักงานทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหาร มีความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป คิดว่ามาตรฐานการบริการคือการให้บริการแก่ลูกค้าให้ดีที่สุด บางคนกล่าวว่ามาตรฐานการให้บริการคือการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน บ้างกล่าวว่ามาตรฐานการบริการคือการบริการแบบมีแบบแผน มีการกำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆในการให้บริการ บางคนกล่าวว่ามาตรฐานการให้บริการคือการทำให้ลูกค้ารู้สึกเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ จนเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ดังที่กล่าวมามีความสอดคล้องกับ ลิวอิสและบลูม (Lewis & Bloom, 1983) ที่ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการบริการว่าเป็นตัวชี้วัดระดับในการให้บริการที่ส่งจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้าว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการมากเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering service quality) จึงหมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจากการส่งมอบของผู้ให้บริการ และ ครอสบี (Crosby, 1979) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการหรือ

“Service Quality” ถือเป็นแนวคิดหลักเพื่อไม่ให้เกิดข้อบกพร่องต่างๆในการทำงานของผู้ให้บริการ และยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

5.4.3 ภาษาอังกฤษช่วยให้พนักงานรักษามาตรฐานการบริการที่ดีได้อย่างไร

พนักงานทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันคือ การที่พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องทำให้สามารถรักษามาตรฐานในการให้บริการแก่ลูกค้าไว้ได้ นอกจากนี้ การที่พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ สอดคล้องกับ (Parasuraman, et al., 1988) ได้นำแบบจำลองช่องว่างสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวัดคุณภาพในการให้บริการที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้เป็นหลักในการประเมินคุณภาพธุรกิจบริการ และยึดหลักความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการเป็นพื้นฐานในการประเมิน ในหลักเกณฑ์ที่ว่าด้วยเรื่องของการสื่อสาร (Communication) คือ ความสามารถที่จะอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงบริการได้อย่างง่ายดาย ด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

5.4.4 ภาษาอังกฤษช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้ซ้ำหรือไม่

พนักงานทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันทั้งหมดคือ เห็นด้วยว่า ถ้าพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง และคล่องแคล่ว และสื่อสารด้วยความมั่นใจ จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก สอดคล้องกับ (Cronin, et al., 2000) ที่กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับประสบการณ์ในการบริการที่ดี เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ จึงเกิดความพึงพอใจ และกลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำ

5.4.5 ภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับพนักงาน อย่างไรบ้าง

พนักงานทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารแสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและพนักงาน หากพนักงานสามารถให้บริการลูกค้าโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นตัวกลางในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ก็ย่อมทำให้เกิด

ความได้เปรียบในการสื่อสาร เพราะพนักงานจะเกิดความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงว่าลูกค้าต้องการสิ่งใด การตอบสนองที่ถูกต้องและรวดเร็ว จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานและลูกค้า สอดคล้องกับแบบจำลองคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL ที่กล่าวถึง ความเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/ Knowing Customer) ว่าพนักงานที่ทำหน้าที่บริการ ต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจ รวมถึงตอบสนองความต้องการดังกล่าว

5.4.6 ภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในบริการอย่างไรบ้าง

พนักงานทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารแสดงความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือเห็นด้วย ว่าภาษาอังกฤษเป็นตัวช่วยทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในการให้บริการของพนักงาน เนื่องจากลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการ ไม่สามารถพูดหรือสื่อสารโดยใช้ภาษาไทยได้ จึงจำเป็นต้องสื่อสารหรือขอความช่วยเหลือจากพนักงานโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลาง หากพนักงานสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง และให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า ก็จะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือทั้งต่อตัวพนักงานเอง และต่อองค์กร สอดคล้องกับ แบบจำลองคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL เรื่อง ความน่าเชื่อถือ (Credibility) (Parasuraman, et al., 1988) ที่กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ทั้งองค์กรและตัวพนักงานเองต้องสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับบริการ โดยการเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

5.4.7 การประเมินการให้บริการโดยใช้ภาษาอังกฤษจากหัวหน้างาน

กลุ่มตัวอย่างมีคำตอบที่หลากหลายเกี่ยวกับการทดสอบภาษาอังกฤษ บางคนเคยได้รับการทดสอบจากภายในองค์กรเอง บางคนเคยได้รับการทดสอบทั้งจากในองค์กรและนอกองค์กร วิธีการทดสอบที่ได้รับก็แตกต่างกันออกไป ทั้งการทำข้อสอบ หรือการถูกทดสอบโดยการใช้ทักษะต่างๆในการสื่อสาร เช่น การรับโทรศัพท์จากลูกค้าชาวต่างชาติที่โทรเข้ามาจองห้อง หรือการทำข้อแบบทดสอบก่อนเข้าทำงานทั้งการทำข้อสอบข้อเขียนและการสอบสัมภาษณ์ แต่พนักงานในระดับปฏิบัติการส่วนมาก ยังไม่เคยได้รับการทดสอบการใช้ภาษาอังกฤษ

5.4.8 ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษที่ดีในการให้บริการ ทำให้องค์กรเกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นหรือไม่

พนักงานทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารแสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ พนักงานที่ใช้ภาษาอังกฤษได้ถูกต้อง ในการให้บริการแก่ลูกค้าชาวต่างชาติ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทั้งตัวพนักงานเอง และต่อองค์กร สอดคล้องกับ (Parasuraman, et al., 1988) ได้นำแบบจำลองช่องว่างสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวัดคุณภาพในการให้บริการที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้เป็นหลักในการประเมินคุณภาพธุรกิจบริการ ในหัวข้อ การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถที่จะอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงบริการได้อย่างง่ายดาย โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และ ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) พนักงานที่ให้บริการลูกค้า ต้องมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ และมีความสามารถที่จะให้บริการลูกค้าได้ (ในที่นี้คือการใช้ภาษาอังกฤษในการให้บริการ) ซึ่งจะนำไปสู่ ความน่าเชื่อถือ (Creditability) ทั้งองค์กรและพนักงานเองต้องสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้การบริการ โดยการนำเสนอ การบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

5.5 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.5.1 วิธีการในการทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

พนักงานไม่ว่าจะเป็นในระดับปฏิบัติการหรือระดับบริหารมีวิธีการที่หลากหลายในการทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ บางคนใช้วิธีการบริการจากใจ Service Mind คือการบริการที่มาจากภายใน โดยอาศัยหัวใจของการบริการ คือ การให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ เหมือนลูกค้าเป็นสมาชิกคนหนึ่งของครอบครัว บางคนกล่าวว่า การให้บริการลูกค้าด้วยรอยยิ้มและความจริงใจ เป็นสิ่งง่ายๆที่สามารถทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้งได้ บางคนกล่าวว่า การทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจสูงสุดหรือรู้สึกได้รับในสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้ซ้ำอีก ซึ่งสอดคล้องกับ (Cronin, et al., 2000) ที่กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับประสบการณ์ในการบริการที่ดี เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ จึงเกิดความพึงพอใจ และกลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำ

5.5.2 ในมุมมองของพนักงาน การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างไรบ้าง

พนักงานทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารแสดงความคิดเห็นไปในทางเดียวกันที่ว่า การกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้า ทำให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ให้กับองค์กรหรือธุรกิจเป็นผลดีที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ธุรกิจสามารถเดินต่อไปได้ เป็นการลดต้นทุนในการทำการโฆษณา การทำการตลาด เพราะการที่ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ ลูกค้าต้องเกิดความประทับใจในบริการที่พนักงานมอบให้ และอาจจะเกิดการบอกต่อกันแบบปากต่อปาก Word of mouth สอดคล้องกับ (Ahmed, et al., 2011) ที่กล่าวว่า การกลับมาใช้ซ้ำ (Repurchase) หมายถึง ทัศนคติของผู้บริโภคที่เกิดความพึงพอใจต่อประสบการณ์ในการบริการหนึ่งๆ ซึ่งมาจากการดูแลเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ซึ่งก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค นักวิจัยจำนวนมาก ให้ความสนใจเกี่ยวกับทฤษฎีกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า จากกรณีศึกษาพบว่า พฤติกรรมการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าส่งผลต่อการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด และเป็นการลดต้นทุน รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆได้

5.6 อภิปรายผล

ความจำเป็นของภาษาอังกฤษต่องานบริการ และปัญหาที่พนักงานพบเจอในการให้บริการ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า พนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างรู้สึกที่ภาษาอังกฤษมีความสำคัญต่องานบริการ ยิ่งเป็นงานบริการที่ต้องพูดคุย ติดต่อกับสื่อสารกับชาวต่างชาติ ยิ่งทำให้ภาษาอังกฤษมีความสำคัญมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดการให้บริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม (Baker, Bradley & Huyton, 2000) ซึ่งกล่าวว่าพนักงานต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรมเป็นส่วนที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายและชัดที่สุดภายในโรงแรม สิ่งที่เป็นจุดสนใจมากที่สุดในแผนก Front office คือบริเวณฝ่ายต้อนรับลูกค้า (Reception Desk) โดยปกติบริเวณฝ่ายต้อนรับลูกค้าจะเป็นสถานที่ซึ่งสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าพักเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางเพื่อการติดต่อสื่อสารของพนักงานในโรงแรมด้วยเช่นกัน และ (ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลา, 2555) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม” ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากร ควรเน้นการพัฒนาภาษา

อังกฤษมากที่สุด เนื่องจากเป็นภาษาสากลที่คนเกือบทุกเชื้อชาติสามารถสื่อสารได้ แต่ปัญหาที่พนักงานส่วนใหญ่พบเจอคือปัญหาด้านสำเนียงการพูดของลูกค้าชาวต่างชาติ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเดินทางมาจากหลายประเทศทั่วโลก ทำให้เกิดความแตกต่างด้านสำเนียงในการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพราะพนักงานที่เป็นคนไทย ย่อมคุ้นเคยกับสำเนียงภาษาอังกฤษแบบที่คนไทยออกเสียง หากเป็นประเทศที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ ยิ่งทำให้การออกเสียงภาษาอังกฤษของคนชาตินั้นๆยากต่อการเข้าใจ เช่น ประเทศญี่ปุ่น, ประเทศเกาหลี หรือประเทศจีน เป็นต้น

การพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษด้วยตัวเองของพนักงาน

พนักงานจึงต้องอาศัยการเรียนรู้ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อที่จะเข้าใจ และสามารถสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติได้อย่างถูกต้อง ซึ่งวิธีการที่พนักงานใช้ในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของตนเองนั้นมีหลายวิธี อาทิ

- การดูภาพยนตร์ หรือ ซีรีส์ หรือ รายการโทรทัศน์ที่เป็นภาษาอังกฤษ
- การฟังเพลงภาษาอังกฤษ
- การพาตนเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร
- การเข้าคอร์สเพื่อพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ
- การใช้สื่อ Social Media เป็นตัวช่วยในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ เช่น การติดตามข่าวสารผ่านเว็บไซต์ของสำนักข่าวต่างประเทศ
- ฯลฯ

สอดคล้องกับ Yongyuth (2547, อ้างถึงใน Tiraporn Jaroensak, 2009) แนะนำวิธีการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษผ่านสื่อ จากการฝึกฟังเทป (Listening Tapes) ภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ (English Soundtrack Movie) และรายการทีวีภาษาอังกฤษ (Television Programs in English) เพื่อศึกษาการออกเสียง (Pronunciation) การเน้นคำเสียงหนัก (Stress) และการออกเสียงสูงต่ำในภาษาอังกฤษ (Intonation)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาหรือพัฒนาทักษะต่างๆพนักงานยังต้องพบเจอกับอุปสรรคหรือปัญหาในการเรียนรู้ ซึ่งปัญหาที่พนักงานพบเจอในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของตนเอง อาทิ

- การขาดความรู้ด้านคำศัพท์ ทำให้จำนวนคำศัพท์ที่เข้าใจความหมายมีน้อย
- การขาดผู้เชี่ยวชาญที่คอยชี้แนะ ความถูกต้องในการใช้ภาษาอังกฤษ
- ความไม่มีวินัยของตนเอง ทำให้การฝึกฝนไม่เกิดความต่อเนื่อง และไม่เกิดประสิทธิภาพ
- โอกาสในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร มีน้อย หากไม่ใช้เวลาว่าง ก็ไม่มีโอกาสได้ใช้
- ฯลฯ

แนวทางหรือวิธีการที่พนักงานใช้ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวในการพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษ อาทิ

- ฝึกฟัง, พูด ซ้ำๆหลายๆครั้งให้เกิดความเข้าใจในการใช้
- นำตัวเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อให้เกิดความคุ้นชิน
- หาความหมายของคำศัพท์ที่ตนเองยังไม่รู้ความหมาย และหาโอกาสใช้คำศัพท์นั้นๆ
- เข้าหาคนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อให้ช่วยแก้ไข และแนะนำจุด

บกพร่อง

- มีสติ และสมาธิในการศึกษา ทำความเข้าใจกับเนื้อหา

มาตรฐานและคุณภาพในการให้บริการ

พนักงานส่วนใหญ่ให้ความหมายของคำว่ามาตรฐานการบริการว่า คือการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความจริงใจ ความรวดเร็ว ความมี Service Mind ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ และมีความคิดเห็นเป็นไปในทางเดียวกันว่า ภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยทำให้การบริการของพนักงานดีขึ้น หากพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง จะเป็นการลดความเสี่ยงที่จะเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ สอดคล้องกับ ครอสบี (Crosby, 1979) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “Service Quality” ถือเป็นแนวคิดหลักเพื่อไม่ให้เกิดข้อบกพร่องต่างๆในการทำงานของผู้ให้บริการ และยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย ทำให้ลูกค้าได้รับสิ่งที่ตรงกับ

ความต้องการของตนเอง ประหยัดเวลา รวมถึงทรัพยากรต่างๆ ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ ทั้งต่อตัวพนักงานเอง และต่อองค์กร เพราะพนักงานสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นสากล มีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่อการบริการ เกิดเป็นความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับพนักงาน ซึ่งจะนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

การกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการที่หลากหลายเพื่อทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก อาทิ

- การสื่อสารกับลูกค้าอย่างเป็นมิตร ให้ลูกค้าเกิดความสบายใจ
- การให้บริการอย่างเต็มที่ บริการลูกค้าด้วยรอยยิ้ม
- เข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้บริการให้ตรงกับความต้องการ
- บริการด้วย Service Mind และกล่าวเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก
- ให้บริการมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด

การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ทำให้เกิดผลดีต่อองค์กรในหลายๆด้าน ความคิดเห็นที่กลุ่มตัวอย่างเป็นไปในแนวทางเดียวกันคือ เกิดรายได้เข้ามาในองค์กรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีเหตุผลด้านอื่นอีก เช่น เป็นประหยัดงบประมาณ สอดคล้องกับ (Ahmed, et al., 2011) กล่าวว่า พฤติกรรมการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าส่งผลต่อการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด และเป็นการลดต้นทุน รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆได้ เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดการบอกเล่าแบบปากต่อปาก (Word of mouth) ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อองค์กร เพราะลูกค้าเป็นผู้ใช้บริการจริง ย่อมรู้ว่าการบริการที่ได้รับเป็นอย่างไร

5.7 ข้อเสนอแนะ

5.7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษานี้ไปใช้

ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

5.7.1.1 เพื่อแก้ไขปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน

เพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงการให้บริการโดยใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานภายในองค์กร เช่น จัดการฝึกอบรมภาษาอังกฤษให้พนักงาน เพื่อจะสามารถสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติได้อย่างถูกต้องและมั่นใจ

5.7.1.2 เพื่อนำไปปรับใช้ในการสร้างมาตรฐานการให้บริการของโรงแรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาใช้บริการโรงแรมมากขึ้น ในสถานะที่เศรษฐกิจชะลอตัวลง ณ ปัจจุบัน เช่น การกำหนดข้อสอบภาษาอังกฤษมาตรฐานที่พนักงานทุกคนที่ให้บริการจะต้องสอบให้ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด

5.7.1.3 เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ ไปสนับสนุนการพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษของพนักงาน เช่น การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้ภาษาอังกฤษนอกเหนือจากเวลางาน การสนับสนุนทุนทรัพย์ให้พนักงานเข้าร่วมคอร์สเรียนภาษาอังกฤษในสถานบันสอนภาษา หรือการอำนวยความสะดวกให้พนักงานเมื่อต้องการศึกษาภาษาอังกฤษ เช่น มีการจัดมุมหนังสือภาษาอังกฤษ หรือห้องชมภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ

5.7.1.4 เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในด้านคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากภาษาอังกฤษ เป็นส่วนสำคัญในการให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติ การที่พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องและมั่นใจ ทำให้เกิดคุณภาพในการให้บริการต่อองค์กร ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

5.7.1.5 นำผลการศึกษาไปปรับใช้เพื่อวิเคราะห์ถึงข้อดีของการกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้า และพัฒนาคุณภาพ รวมถึงมาตรฐานการให้บริการของพนักงาน ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้ว กลับมาใช้บริการซ้ำ และอาจมีการบอกต่อถึงบริการที่ดีและมีมาตรฐานต่อกันไปแบบปากต่อปาก ซึ่งเป็นการโฆษณาที่ไม่ต้องลงทุนใดๆ แต่ได้ผลมากที่สุด

5.7.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาค้างนี้ไปใช้

ประเด็นที่ต้องการเสนอแนะ สำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

5.7.2.1 การศึกษาค้างต่อไปควรใช้กลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่แตกต่างกันออกไป หรือต่างจังหวัดนอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร อาจใช้กลุ่มตัวอย่างจากจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆของประเทศไทย เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต พระนครศรีอยุธยา เป็นต้น เพื่อศึกษาปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษอื่นนอกเหนือจากที่การศึกษาค้างนี้ได้นำเสนอไว้ หรือการศึกษาวិธีการที่พนักงานใช้พัฒนา

ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษวิธีการอื่นๆ ซึ่งอาจจะได้เห็นวิธีการที่หลากหลายมากขึ้น มุมมองทัศนคติต่อการให้บริการที่มีคุณภาพนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น

5.7.2.2 การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการใช้การเก็บข้อมูล หรือ สถิติ ด้วยวิธีการอื่นๆ มาปรับใช้ เพื่อจะได้มองเห็นความสัมพันธ์ว่าการศึกษาในครั้งต่อไปมีความเกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์กับการศึกษาในครั้งนี้อย่างไร ซึ่งจะนำไปสู่การตั้งคำถามหรือการแก้ปัญหาที่แตกต่างจากเดิม

5.7.2.3 การศึกษาครั้งต่อไปควรใช้ข้อมูลทั้งระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิจากแหล่งอื่นนอกเหนือจากที่ปรากฏในการศึกษาฉบับนี้ เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์เนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องและวิธีการเหมาะสมในการทำการศึกษาให้มากกว่าการศึกษาในครั้งนี้อย่างไร



บรรณานุกรม

- เจนจิรา ชัยปาน, ทรายขวัญ พรหมแก้ว และ สิทธิ ศรีนาค. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความวิตกกังวลในการพูดภาษาอังกฤษของนักศึกษาหลักสูตร สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล ชั้นปีที่ 4. ภาคนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- ณัฐชสรณ์ กาญจนศิลานนท์. (2555). แนวทางการพัฒนาบุคลากรในงานโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณภัทร วุฒิวงศา. (2557). กลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจ: การพัฒนาภาษาอังกฤษ. [รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์]. วารสารนักบริหาร, 34(1), 89-97.
- ณัฐฐันรี ฤทธิรัตน์ และธัญภา ชีระมณี. (2557). ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักศึกษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ทิยาพร ศิลปี. (2559). ปัญหาและอุปสรรคด้านการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษในการทำงานของวิศวกร: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทเอกชนประกอบธุรกิจก่อสร้างแห่งหนึ่ง. สารนิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นฤทธิ ฤทธิคำรพ และประสพชัย พสุนนท์. (2560). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรของนายทหารพระธรรมนูญ สำนักงานพระธรรมนูญทหารเรือ. วารสารธุรกิจปริทัศน์, 9(1), 54.
- นนทพร อัสวโรจน์. (2553). ความสำคัญของภาษาอังกฤษที่มีผลต่องานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ: ศึกษาเฉพาะกรณี กองบังคับการตำรวจนครบาล. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เปลวเทียน เสือเหลือง. (2557). การมีส่วนร่วมและความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมอพึงประสงค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมยางรถยนต์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร. (2558). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูล

พระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE) การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

มินตรา ไชยชนะ, สรศักดิ์ เชี่ยวชาญ และ สุดารัตน์ ทองเณร. (2559). ปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษ
ของพนักงานต้อนรับจังหวัดน่าน ในทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ใน *การประชุม
วิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่
ประเทศไทย 4.0”* (น. 322). น่าน: คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลล้านน่าน.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์*. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ พ.ศ.
2551 - 2560*. สืบค้นจาก [http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/
17.aspx](http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx).

อรพรรณ วีระวงศ์. (2554). *งานวิจัย มคอ.ระดับเด็กไทยเรียนอังกฤษเพื่อสอบ พุดอ่อนแอมมาก เนษศร.-
ลทศ.เปลี่ยนข้อสอบภาษาอังกฤษ จะทำให้เด็ก-ครู-โรงเรียนเปลี่ยน ระดับครูเรียนปรับวุฒิ ไม่
ได้มุ่งพัฒนาเด็ก อยากรู้รัฐบาลฟื้นฟูโครงการทุนครู เน้นเด็กดี-เก่ง เรียนครู*. สืบค้นจาก
<http://ccapp.swu.ac.th>.

Abu Khalifeh, A., & Som, A. (2012). Service quality management in hotel industry: A
conceptual framework for food and beverage departments [Electronics
version]. *International Journal of Business and Management*, 7(14).

Ahmed, I., Shankat, M. Z., Nawaz, M. M., Ahmed, N., & Usman, A. (2011). Determinants
of the satisfaction and repurchase intentions of users of short messenger
services (SMAS): A study in the telecom sector of Pakistan. *International
Journal of Management*, 28(3part1), 763-772.

Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction,
marketshare, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*,
58(3), 53-66.

Baker, S., Bradley, P. & Huyton J. (2000). *Principles of Hotel office Operations*. Boston:
Cengage.

- Changsu, K., Galliers, R., Shin, N., Ryoo, J.-H., & Kim, J. (2012). Factors influencing Internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(4), 374-387.
- Chau, V. S., & Kao, Y. Y. (2009). Bridge over troubled water or long and winding road? gap-5 in airline service quality performance measures. *Managing Service Quality*, 19(1), 106-134.
- Crosby, P. B. (1979). *Quality is Free*. New York: McGraw – Hill.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioural intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- EF Education First. (2561). *ระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษของประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://www.ef.com/~media/centralefcom/epi/downloads/fact-sheets/v8/ef-epi-country-fact-sheet-v8-th-th.pdf>.
- Gronroos, G. T. (1990). *Service management and marketing*. Massachusetts: Lexington Books.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37, 1762-1800.
- Hussain, R., Al Nasser, A., & Hussain, Y. K. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, 167-175.
- Jaruee Saetae. (2010). *A survey on opinions of Thai employees in the multinational companies in Bangkok concerning ability to use English for work and working with foreigners*, Unpublished Master's thesis, Thammasart University.
- Jiewanto, A., Laurens, C., & Nelloh, L. (2012). Influence of service quality, university image, and student satisfaction toward WOM Intention: A case study on universitas pelita harapan surabaya. *Procedia - Social and Behavioural Sciences*, 40, 16-23.

- Kim, T., Kim, W. G., & Kim, H. B. (2009). The effects of perceived justice on recovery satisfaction, trust, word-of-mouth, and revisit intention in upscale hotels. *Tourism Management, 30*(1), 51-62.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Marketing: An introduction*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice – Hall.
- Lewis, R. C., & Bloom, B. H. (1983). *The marketing aspects of service quality*. American Marketing Association. Chicago, IL.
- Pacharin Sintipong. (2008). *Oral communication problems of Thai and foreign employees in Benchmark Electronics (Thailand) Public Co., Ltd.* Unpublished Master's thesis, Thammasart University.
- Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions*. New York : TheFree.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*.
- Patricia, M., & Ignacia, R. D. B. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. *Journal of Hospitality Management, 35*, 89-99.
- Spiros, G., Sergios, D., & Vlasis, S. (2010). An examination of effects of service quality and satisfaction on customer behaviour intention in e-shopping. *Journal of service marketing, 24*(2), 142-156.
- Tiraporn Jareonsak. (2009). *Needs and problems of officials working in the department of fisheries in using English language for communication at work*. Unpublished master's thesis, Thammasart University.



ตัวอย่างคำถามแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

เพศ

อายุ

ระดับการศึกษา

ประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2

ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารกับผู้เข้าพักรชาวต่างชาติ

คำถามข้อที่ 1

ท่านคิดว่าการสื่อสารภาษาอังกฤษมีความจำเป็นต่อการให้บริการหรือไม่อย่างไร

คำถามข้อที่ 2

ท่านเคยประสบปัญหาได้บ้างในการสื่อสารกับผู้เข้าพักรชาวต่างชาติ

คำถามข้อที่ 3

ท่านมีวิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารภาษาอังกฤษต่อผู้เข้าพักรอย่างไร

ตอนที่ 3

วิธีการพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษของตนเอง

คำถามข้อที่ 1

ท่านมีการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของตนเองอย่างไรบ้าง

คำถามข้อที่ 2

ท่านพบปัญหาได้บ้างในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษด้วยตนเอง

คำถามข้อที่ 3

ท่านใช้วิธีใดในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษด้วยตนเอง

ตอนที่ 4

คุณภาพในการให้บริการ

คำถามข้อที่ 1

ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยให้พนักงานบริการดีขึ้นอย่างไรบ้าง

คำถามข้อที่ 2

ท่านคิดว่ามาตรฐานการบริการคืออะไร

คำถามข้อที่3

ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษช่วยให้พนักงานรักษามาตรฐานการบริการที่ดีได้อย่างไร

คำถามข้อที่4

ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษช่วยทำให้เกิดความพึงพอใจและการกลับมาใช้ซ้ำหรือไม่

คำถามข้อที่5

ท่านคิดว่าภาษา มีส่วนช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการอย่างไรบ้าง

คำถามข้อที่6

ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในการบริการอย่างไรบ้าง

คำถามข้อที่7

ท่านเคยได้รับการประเมินการให้บริการภาษาอังกฤษจากหัวหน้างานหรือจากองค์กรหรือไม่ อย่างไรบ้าง

คำถามข้อที่8

ท่านคิดว่าทักษะการใช้ภาษาอังกฤษที่ดีในการให้บริการ ทำให้องค์กรและตัวพนักงานเกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

ตอนที่5

การกลับมาใช้บริการซ้ำ

คำถามข้อที่1

ท่านมีวิธีการอย่างไรในการบริการ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

คำถามข้อที่2

ในมุมมองของท่าน การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างไรบ้าง

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	กนต์ธร อรุณไชย
อีเมล	Gonthorn.Ach@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ สาขาการสอนภาษา ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอยุธยาอนุสรณ์ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนวินิตศึกษา จังหวัดลพบุรี
ประสบการณ์ทำงาน	บริษัทหลักทรัพย์ SBI Thai Online ตำแหน่ง Japanese Call Center โรงแรม ASPIRA One Sutthisarn ตำแหน่ง Front Office Operation บริษัท AGODA Homes Thailand ตำแหน่ง Japanese Call Centre บริษัท Alliance Worldwide Partner ตำแหน่ง Japanese Back office Controller

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 2 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... กนต์ธร อรุณไชย..... อยู่บ้านเลขที่..... 201/1
ซอย เจริญราษฎร์ 1 แยก 9..... ถนน..... สาทรใต้..... ตำบล/แขวง..... ยานนาวา
อำเภอ/เขต..... สาทร..... จังหวัด..... กรุงเทพมหานคร..... รหัสไปรษณีย์..... 10120
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 7610500055.....

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร..... ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต..... สาขาวิชา..... การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว.....

คณะ..... มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว..... ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์หัวข้อ.....

การศึกษา ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับ กรณีศึกษา : โรงแรมแห่งหนึ่งย่านสุทธิสาร

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีการกำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับ

ผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
ทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว
จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ _____ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(นาย กนต์ธร อรุณไชย)

ลงชื่อ _____ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อัญธิภา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ _____ พยาน

(ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ _____ พยาน

(ผศ.ดร.ศิริวรรณ รุจิพงษ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง การศึกษาปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า กรณีศึกษา : โรงแรมแห่ง
หนึ่งในย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย กนัตร์ อรุณไชย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผศ.ดร.ดวงธิดา นันทาภรณ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ชุติน แก้วพรัตน์)

(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

11 สิงหาคม 2563