



ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ Social and Emotional Skills for Tourism and Hospitality Industry Workers

สิปปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ¹ วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์^{2*} และ ทิพวรรณ จันทมนีโชติ³
Sippavit Wongsuwatt,¹ Wipada Thaothampitak^{2*} and Tippawan Jantamaneechote³

Article History

Receive: June 6, 2024

Revised: July 31, 2024

Accepted: July 31, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและแบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ วิธีการดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานด้วยวิธีการออกแบบคู่ขนานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรคือ บุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ 6 จังหวัด ผังอันดามันของประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญ และจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 ราย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์เชิงแก่นสาระ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่น และการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า เป็นทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดในการปฏิบัติงาน 2) ทักษะทางอารมณ์และสังคมมีความเฉพาะสำหรับบุคลากรในแต่ละสายงาน โดยสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ทักษะหลัก ทักษะรอง และทักษะเสริม ข้อค้นพบนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ และเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพกำลังคนและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

คำสำคัญ : ทักษะทางอารมณ์และสังคม ; การท่องเที่ยวและบริการ ; ความฉลาดทางอารมณ์ ; ความยืดหยุ่นและการปรับตัว ; การบริการลูกค้า

^{1,2} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง, Assistant Professor, Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University, Trang Campus

³ อาจารย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง, Lecturer, Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University, Trang Campus

* Corresponding Author E-mail : wipada.t@psu.ac.th



ABSTRACT

This research aimed to study and identify the distinctive and necessary social and emotional skills for the tourism and hospitality industry staff. A mixed method with a parallel design approach between quantitative research and qualitative research was employed using questionnaires and interviews as data collection tools. The population included workers operating in the tourism and hospitality industries in the six Andaman provinces of Thailand. Data were collected from 400 workers using non-probability sampling by accidental selection methods and from 30 interviewees using the purposive sampling selection. Data were analyzed using descriptive statistics, content analysis, confirmatory factor analysis (CFA), and importance-performance analysis (IPA). Results revealed that 1) emotional intelligence, flexibility and adaptability, and customer service were the most important and necessary social and emotional skills for working in the industry, 2) social and emotional skills are specific to each job in the tourism and hospitality workers, which can be categorized into three groups, including primary skills, secondary skills, and auxiliary skills. The findings from this study will benefit human resource management and serve as an important knowledge for the development of manpower potential and desired characteristics of the tourism and hospitality industry staff.

Keywords : Social and Emotional Skills ; Tourism and Hospitality ; Emotional Intelligence ; Flexibility and Adaptability ; Customer Service

บทนำ

สังคมโลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากหลากหลายปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิตของประชาชนให้มีรูปแบบที่ซับซ้อนและต้องกระตือรือร้นอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดแรงงานที่มีอัตราการแข่งขันและความท้าทายสำหรับผู้หางานมากขึ้น (Mamatzakakis et al., 2023) เนื่องด้วยทุกองค์กรให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ที่เปรียบเสมือนหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนและนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ จึงทำให้องค์กรในยุคสมัยปัจจุบันมีความพิถีพิถันและรอบคอบมากยิ่งขึ้นในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเข้ามาในองค์กร เพื่อให้ได้บุคคลที่มีความเหมาะสมกับองค์กรมากที่สุด ส่งผลให้ปัจจุบันมีหลายองค์กรที่ตระหนักถึงประเด็นของคุณลักษณะของบุคคลที่จะเข้ามาทำงานในองค์กร โดยมองว่าการมีเฉพาะทักษะทางวิชาชีพ (Technical Skills) และทักษะด้านความรู้ (Hard Skills) ไม่เพียงพอที่จะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ (Asbari et al., 2020) ซึ่งการค้นหาค่าความแตกต่างและคุณลักษณะเพิ่มเติมของบุคคล จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นตัวแปรในการพิจารณาเลือกพนักงานและบุคลากรในตำแหน่งต่างๆ โดยที่หลายอุตสาหกรรมเริ่มให้ความสนใจและปรับใช้คุณลักษณะที่เป็นทักษะทางอารมณ์และสังคม (Soft Skills) ในการคัดสรรบุคคลเข้ามาในองค์กร เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จ (Anthonius, 2021)

สำหรับบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการนับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยกำลังสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการคือ ทรัพยากรมนุษย์ทางการท่องเที่ยวและบริการ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการติดต่อและปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการโดยตรงและทันทีทันใด ทักษะทางอารมณ์และสังคมจึงมีบทบาทสำคัญในทุกๆ กระบวนการของการบริการและดำเนินงาน นอกจากนี้ ด้วยสถานการณ์ที่หลายองค์กรมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและการเพิ่มจำนวนทรัพยากรบุคคล ทำให้การมุ่งเน้นคุณสมบัติของบุคคลที่มีความเหมาะสมและการรักษาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าให้อยู่กับองค์กร จึงเป็นปัจจัยที่ทุกองค์กรตระหนักและให้ความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจและองค์กรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ (Kiryakova-Dineva et al., 2019) การศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมของทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยวและบริการ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ผ่านมุมมองการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นหัวใจสำคัญขององค์กรและธุรกิจในการดำเนินงาน รวมทั้งการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคอีกด้วย โดยการศึกษาก่อนหน้านี้มุ่งเน้นว่าการใช้ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เหมาะสมกับงานที่ทำในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการในบริบทที่แตกต่างกัน อาทิ การศึกษาการบูรณาการทักษะทางอารมณ์และสังคมในหลักสูตรทางการ



ท่องเที่ยวและบริการ (Pranić et al., 2024) และการศึกษาทักษะในอนาคตสำหรับบุคลากรในธุรกิจสายการบิน (Bremer & Maertens, 2021) ซึ่งในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะการศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทยยังมีค่อนข้างน้อยมาก อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเขตจังหวัดฝั่งอันดามันยังเป็นจังหวัดทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมาก ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่บุคลากรใช้ในการปฏิบัติงานจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในยุคปัจจุบันและในอนาคตที่จะช่วยยกระดับศักยภาพของบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีพื้นฐานจากคำถามการวิจัยที่ว่า “ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เหมาะสมและจำเป็นต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเป็นอย่างไร” โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาเชิงลึกที่จำแนกตามกลุ่มสายงานของบุคลากรในแต่ละภาคส่วนประกอบด้วย สายงานการโรงแรม สายงานสายการบิน และสายงานการท่องเที่ยว

ดังนั้น การศึกษาเพื่อแสวงหาคำตอบของคำถามการวิจัยนี้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเติมเต็มช่องว่างของการวิจัย เพื่อหาข้อค้นพบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เหมาะสมและจำเป็นสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ทั้งในบริบทของแต่ละสายงานและบริบทของเขตพื้นที่ท่องเที่ยวฝั่งอันดามันของประเทศไทย อันทำให้บุคลากรสามารถปรับตัวและเสริมทักษะด้านต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดและความมั่นคงในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ เปรียบเสมือนเกราะป้องกันจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เศรษฐกิจ มหันตภัย โรคระบาด ภาวะการแข่งขันของตลาดแรงงาน ตลอดจนแนวโน้มของอุตสาหกรรม รวมทั้งเป็นส่วนสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพของบุคคลที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความคาดหวังขององค์กรที่มีต่อพนักงานในปัจจุบันและอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
2. เพื่อศึกษาตัวบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยการวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจำแนกตามสายงาน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะทางอารมณ์และสังคม (Soft Skills)

ทักษะทางอารมณ์และสังคม (Soft Skills) เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก จากเหตุผลสำคัญในเรื่องการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบุคคล (Lifelong Learning) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการมีทักษะทั้งภายในตัวบุคคล (Intra-Personal Skills) และระหว่างบุคคล (Inter-Personal Skills) ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาตนเองและการมีส่วนร่วมทางสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับความสำเร็จในการทำงาน (Anthonius, 2021) การประเมินทักษะทางอารมณ์และสังคมถูกนำมาพิจารณาและนำไปปรับใช้เพิ่มมากขึ้นในการศึกษาและการฝึกอบรม โดยเฉพาะในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนา คุณลักษณะเฉพาะด้านของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีการพัฒนาและการนำไปใช้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับบริบทและรูปแบบในการใช้และความจำเป็นที่องค์กรสนใจจะเรียนรู้ทักษะทางอารมณ์และสังคม ตัวอย่างเช่น ทักษะในการสื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทักษะการเป็นผู้นำ ทักษะการจัดการองค์กร ทักษะการจูงใจตนเอง และความคิดสร้างสรรค์ (Pranić et al., 2021 ; Sharma & Singh, 2020)

ทักษะทางอารมณ์และสังคมเกี่ยวข้องโดยตรงกับมิติทางสังคมในการเรียนรู้ ปัจจัยและผลลัพธ์ทางสังคมที่มีการแสดงออกมา ซึ่งระบุถึงลักษณะของการควบคุมพฤติกรรมของตนเองที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพผ่านวงจรการสะท้อนกลับข้อเสนอแนะในกระบวนการควบคุมตนเอง โดยเกี่ยวข้องกับแนวคิดของทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย (Goal Setting Theory) โดยเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงมิติทางความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรมทางอารมณ์และสังคม รวมถึงการแสดงถึงทักษะทางอารมณ์และสังคมที่สัมพันธ์กับเป้าหมายและลักษณะของพฤติกรรม (Swann et al., 2021) นอกจากนี้ ยังเกี่ยวข้องกับความเข้าใจถึงคุณลักษณะภายในและภายนอกของสาเหตุอันส่งผลต่อพฤติกรรมเพื่อให้สามารถอยู่รอดและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ ความเข้าใจเหล่านี้มีผลกระทบสำคัญต่อพฤติกรรมในอนาคต ในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ ทักษะทางอารมณ์และสังคมเข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานซึ่งเป็นลักษณะงานที่มีความเฉพาะในการให้บริการลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น Faizin et al. (2024) ศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาความยั่งยืนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ท่องเที่ยวป่าชายเลน ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะการปรับตัว ทักษะการสื่อสาร และความสามารถในการทำงานร่วมกัน การศึกษาของ Wetsanarat (2021) ในประเด็นการพัฒนาสมรรถนะทักษะด้านอารมณ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย

ซึ่งประกอบด้วยความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ โดยทักษะที่สำคัญ อาทิ ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การจัดการความขัดแย้ง นอกจากนี้ Asefer & Abidin (2021) ได้ศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องทักษะทางอารมณ์และความสามารถในการจ้างงานของผู้สำเร็จการศึกษาในศตวรรษที่ 21 จากมุมมองของนายจ้าง อาทิ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล ความคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม ทักษะการจัดการเวลา โดยจะเห็นได้ว่าทักษะทางอารมณ์และสังคมมีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานและการดำเนินงานของบุคคลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นเฉพาะทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยทบทวนวรรณกรรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทักษะทางอารมณ์และสังคม รวมทั้งการสังเคราะห์องค์ประกอบของทักษะทางอารมณ์และสังคมในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อป้องกันข้อบกพร่องของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เคยมีการศึกษาและวิจัยก่อนหน้านี้ ดังนี้

1. ทักษะการบริการลูกค้า (Customer Service) บทบาทของการบริการลูกค้ามีความหลากหลายเชิงการนิยามและการนำไปใช้ โดยขึ้นอยู่กับอาชีพหรือสายงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เพราะมีรูปแบบในการบริการลูกค้าที่ต่างกัน อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์ของการบริการลูกค้ายังมีความสอดคล้องและไปในทางเดียวกัน คือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และการส่งมอบคุณภาพการบริการเพื่อสร้างผลกำไรให้กับองค์กรและธุรกิจ ดังนั้น ทักษะการบริการลูกค้าในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ จึงเป็นการแสดงถึงความยึดมั่นในบริการและประโยชน์สูงสุดสำหรับลูกค้าหรือผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจตั้งแต่ครั้งแรกและครั้งถัดไปของการบริการ (Singh & Jaykumar, 2019)

2. ทักษะการจัดระบบ (Organizational Skill) การจัดระบบในการทำงานของบุคคล คือ ส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและมีขั้นตอน โดยเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบและการจัดการตนเอง เพื่อมุ่งเน้นความสำเร็จตามเป้าหมาย (Kumar, 2021) มีกระบวนการและแบบแผนในการทำงาน จัดลำดับความสำคัญของงาน และมุ่งเน้นเป้าหมายของงานเป็นสำคัญ นอกจากนี้ ทักษะการจัดระบบของบุคคลยังแสดงถึงการประเมินตนเองอย่างถูกต้องและรอบคอบ มีการติดตามและตรวจสอบความตรงต่อเวลาตามเงื่อนไขของภาระงานที่ได้รับมอบหมาย

3. ทักษะการสื่อสาร (Communication Skill) แม้ว่าธรรมชาติของมนุษย์ส่วนใหญ่สามารถพูดคุยกะหว่างกันได้ แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะสามารถสื่อสารได้ดีและมีประสิทธิภาพที่เพียงพอ เว้นแต่จะมีการพัฒนาและปรับทักษะการสื่อสารให้มีความเหมาะสม กล่าวได้ว่า ทักษะการสื่อสารคือ การเรียนรู้ซึ่งสะท้อนถึงกิจกรรมการแบ่งปันความคิด ความรู้สึก ความคิดเห็น และข้อมูลระหว่างกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Chala & Bouranta, 2021) ในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ ทักษะการสื่อสารจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินทุกกิจกรรมระหว่างผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการ เพราะเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างกัน รวมถึงการบรรลุข้อตกลงในแต่ละกิจกรรมของการท่องเที่ยวและบริการ โดยแสดงถึงการใช้ภาษาทั้งภาษากายและคำพูดที่เหมาะสมกับลูกค้า มีความชัดเจนในข้อความที่ต้องการจะสื่อสาร

4. ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) ความฉลาดทางอารมณ์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้บุคคลประสบความสำเร็จ มีผลงานโดดเด่น และมีแนวโน้มที่จะมีระดับความฉลาดทางอารมณ์สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ บุคลากรที่มีความฉลาดทางอารมณ์อยู่ในระดับสูง จะมีความสามารถในการจัดการการเผชิญหน้ากับลูกค้าในการให้บริการมากกว่า มุ่งเน้นที่การบริการมากและทำงานเป็นทีมได้ดีขึ้น รวมถึงความสามารถในการจัดการกับความล้มเหลวได้ดีขึ้นอีกด้วย (Koc & Boz, 2020 ; Zhu et al., 2022) เนื่องจากมีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ ทั้งในสภาวะอารมณ์ของลูกค้าที่ปกติและไม่ปกติ นอกจากนี้ การเข้าใจอารมณ์และการแสดงออกทางสีหน้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับกระบวนการในการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

5. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว (Flexibility and Adaptability) ความสามารถในการปรับตัวและยืดหยุ่นรูปแบบการทำงานให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันกลายเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของบุคลากรที่อยู่ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ เพราะสถานการณ์บางอย่างไม่สามารถคาดเดาการเกิดขึ้นหรือล่วงรู้รูปแบบของสิ่งนั้นได้ นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนยังเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้อีกด้วย บุคคลจึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการปรับตัวและปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิต การทำงาน การอยู่ร่วมกับสังคม และสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา (Kirschner & Stoyanov, 2020) โดยเฉพาะในยุคศตวรรษที่ 21 ที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง ความเสี่ยง ความไม่แน่นอน สิ่งที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ ดังนั้น ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวจึงเป็นทักษะที่มีส่วนช่วยให้บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้



6. ทักษะการทำงานเป็นทีม (Teamwork) ทักษะการทำงานเป็นทีมสำหรับบุคลากรในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ นับเป็นทักษะที่สำคัญทั้งในการทำงานระหว่างพนักงานระดับเดียวกัน หรือบุคลากรในระดับที่ต่างกัน เพราะกระบวนการทำงานของสายงานการท่องเที่ยวและบริการเกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งต้องอาศัยการทำงานร่วมกันในแต่ละส่วนงานเพื่อบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ (Sonnenschein, 2021) โดยการทำงานเป็นทีมแสดงถึงการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน พร้อมทั้งช่วยเหลือและสนับสนุนผู้อื่นภายในทีม และยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง

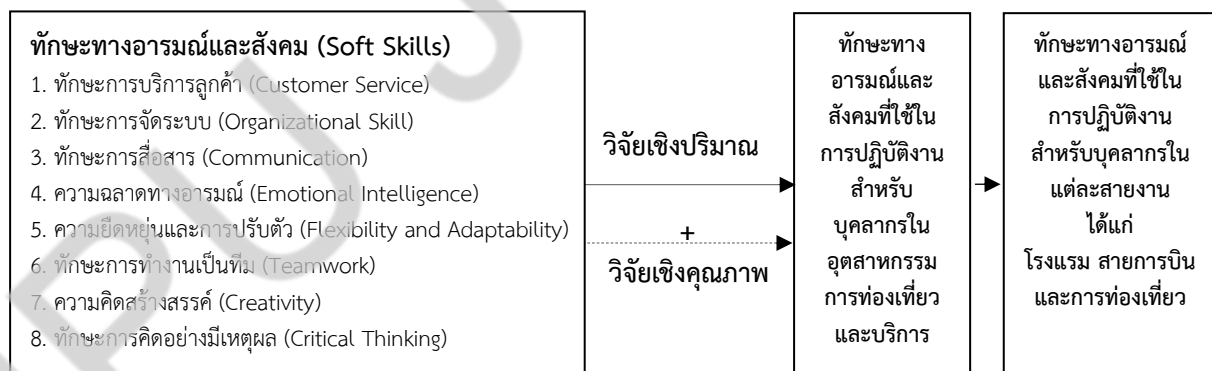
7. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความคิดสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในกระบวนการที่ซับซ้อนที่สุดของมนุษย์ ซึ่งแสดงถึงการมีทักษะในการคิดที่ช่วยให้สามารถผนวกกระบวนการทางความคิดให้มีความซับซ้อนน้อยลงและเข้าใจได้ง่ายขึ้นจนกลายเป็นแนวคิดใหม่ นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการนำนวัตกรรมใหม่มาสู่องค์กรและเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจและทางเลือกในการพัฒนาองค์กรไปข้างหน้า (Carlisle et al., 2023) ในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ ความคิดสร้างสรรค์ คือ การแสดงถึงการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในการทำงาน การเรียนรู้ และการแก้ไขปัญหา

8. ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล (Critical Thinking) การคิดอย่างมีเหตุผลหรือการคิดเชิงวิพากษ์เป็นความพยายามของบุคคลในการแสวงหาความจริง การเปิดใจ การวิเคราะห์ การคิดอย่างเป็นระบบในประเด็นหรือข้อสงสัยที่เกิดขึ้นเพื่อทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในประเด็นดังกล่าว (Chala & Bouranta, 2021) นอกจากนี้ ยังเป็นการแสดงถึงการวิเคราะห์ ตรวจสอบ และประเมินข้อโต้แย้งในประเด็นต่างๆ โดยเน้นการใช้เหตุผลและตรรกะในการแก้ปัญหา จึงเป็นทักษะที่สำคัญต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ดังนั้น ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีบทบาทต่อการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ขึ้นอยู่กับบริบทของลักษณะงานและการนำไปใช้ในสถานการณ์ต่างๆ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสายงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานนั้นๆ ด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้สามารถระบุถึงทักษะทางอารมณ์และสังคมที่อาจจะมีบทบาทต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ที่จะสอดคล้องกับบริบทการศึกษาทั้งเชิงขอบเขตและเชิงพื้นที่ฝั่งอันดามันของประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ มุ่งเน้นการศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมที่ใช้ในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธีการออกแบบคู่ขนานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (QUAN+QUAL) ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงแก่นสาระ จากนั้นวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ มุ่งเน้นการแสวงหาคำตอบในประเด็นทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งเป็นลักษณะงานที่มีความจำเพาะของบริบทการปฏิบัติที่ค่อนข้างชัดเจน เพื่อที่จะตอบคำถามการวิจัยได้สมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) จึงมีความเหมาะสมในการศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมที่สอดคล้องกับบริบทของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการอย่างแท้จริง เพื่อเป็นการเติมเต็มช่องว่างของการวิจัยและการอธิบาย



ขยายความผลการวิจัยที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ด้วยกลยุทธ์แบบพหุฐานวิธีการออกแบบคู่ขนาน (Parallel-Database Design) ซึ่งเป็นการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกันแต่แยกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการที่ต่างกัน โดยนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบและตีความปรากฏการณ์ที่ศึกษาร่วมกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยนี้ คือ บุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวฝั่งอันดามันของประเทศไทยทั้ง 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ จังหวัดพังงา จังหวัดตรัง จังหวัดสตูล และจังหวัดระนอง จากการสำรวจจำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย พบว่า มีข้อมูลสถิติเพียงบางส่วนเท่านั้น ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนหรือมีแหล่งข้อมูลที่ระบุจำนวนบุคลากรได้อย่างชัดเจน จึงได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 384 ราย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการการเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จำนวนทั้งสิ้น 425 ราย และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อไป จำนวน 400 ราย ซึ่งเพียงพอต่อการวิจัยเชิงปริมาณและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Goni et al., 2020) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมบุคลากรจากสายงานที่ต่างกันให้มีขนาดที่ใกล้เคียงกันเพื่อลดปัญหาลักษณะของประชากรที่มีลักษณะเป็นวิริพันธ์ (Heterogeneous Population) โดยคำนึงถึงพื้นที่ที่บุคลากรทำงานอยู่ระหว่างเมืองท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองจากการคำนวณสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวสายงานของบุคลากรทั้งสายงานการโรงแรม สายงานสายการบิน และสายงานการท่องเที่ยว เนื่องจากบริบทของการศึกษารอบคลุมบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิหลังแตกต่างกันในประเด็นประเภทของสายงานการทำงานที่แตกต่างกัน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 30 ราย โดยพิจารณาจากความความอึดตัวและความเพียงพอของข้อมูล ซึ่งเป็นบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ประกอบด้วย บุคลากรระดับปฏิบัติการและบุคลากรระดับบริหาร เพื่อสะท้อนบริบทของการวิจัยอย่างชัดเจนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเอกพันธ์ (Homogeneous Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างที่ตัวอย่างมีภูมิหลังหรือประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันเพื่ออธิบายลักษณะของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีลักษณะเฉพาะในเชิงลึก มีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ฝั่งอันดามันของประเทศไทย จำนวน 400 ราย มีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Inclusion Criteria) ได้แก่ 1) เป็นบุคลากรในสายงานธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป 2) เป็นผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้ 3) มีสติสัมปชัญญะ 4) อยู่ในพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการวิจัย และ 5) อาสาสมัครเข้าร่วมในการตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ และมีเกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion Criteria) คือ ต้องการยกเลิกการเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม

2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหาร จำนวน 30 ราย โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเอกพันธ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงประเด็นวิจัย ซึ่งอาจมีการเพิ่มจำนวนผู้ให้ข้อมูลในกรณีที่ยังไม่ครอบคลุมทั้งเชิงพื้นที่และประเภทของธุรกิจ หรือข้อมูลยังไม่อึดตัว มีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Inclusion Criteria) ได้แก่ 1) เป็นบุคลากรในสายงานธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป 2) เป็นผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้ 3) มีสติสัมปชัญญะ 4) อยู่ในพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการวิจัย และ 5) อาสาสมัครเข้าร่วมในโครงการวิจัยการตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจและได้ลงลายมือชื่อในเอกสารให้คำยินยอม และมีเกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion Criteria) ได้แก่ 1) เป็นผู้ที่ไม่สามารถให้ข้อมูลได้ตลอดการสัมภาษณ์ 2) ขาดตอนตัวระหว่างการสัมภาษณ์ 3) ย้ายออกจากพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการวิจัย และ 4) มีภาวะที่ไม่สามารถตอบแบบสัมภาษณ์หรือต้องใช้เวลานานได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่ทำงานอยู่ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย โดยสอบถามประเด็น



ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งจำแนกเป็น 2 ส่วนหลัก ประกอบด้วย 1) ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2) ทักษะทางอารมณ์และสังคม ซึ่งมี 8 องค์ประกอบ ประกอบด้วย ทักษะการบริการลูกค้า ทักษะการจัดระบบ ทักษะการสื่อสาร ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว ทักษะการทำงานเป็นทีม ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล โดยข้อคำถามตั้งแต่ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามที่ใช้มาตรวัดเรียงอันดับแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ จากระดับ 1 (น้อยที่สุด) จนถึงระดับ 5 (มากที่สุด) โดยพัฒนาและปรับข้อคำถามมาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยก่อนหน้านี้ จำนวน 24 ข้อคำถาม (Kenayathulla et al., 2019 ; Sonnenschein, 2021) ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากการพิจารณาข้อคำถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา โดยมีค่าการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.95 นอกจากนี้ ผู้วิจัยดำเนินการคำนวณค่าเฉลี่ยเพื่อปรับลักษณะของข้อมูลให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการปรับและพัฒนาข้อคำถามจากวรรณกรรมต่างประเทศ ซึ่งผ่านการแปลโดยผู้เชี่ยวชาญทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย จำนวน 2 ท่าน ซึ่งเป็นอาจารย์สอนทางด้านการท่องเที่ยวและบริการในสถาบันเดียวกับผู้วิจัย จำนวน 1 ท่าน และต่างสถาบันกับผู้วิจัย จำนวน 1 ท่าน และใช้วิธีการแปลย้อนกลับ (Back Translation) โดยผู้เชี่ยวชาญทางภาษาที่ไม่เคยเห็นแบบสอบถามชุดนี้มาก่อน จำนวน 2 ท่าน เพื่อลดความเอนเอียงของข้อคำถามที่เกิดจากการแปล

สำหรับข้อคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีจำนวน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) ทักษะทางอารมณ์และสังคม “ท่านคิดว่า อะไรคือทักษะทางอารมณ์และสังคมในด้านใดบ้างที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ อย่างไร” และ 3) ข้อเสนอแนะอื่นๆ “นอกเหนือจากที่กล่าวมา ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับทักษะอื่นๆ เพิ่มเติมสำหรับการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการหรือไม่”

การเก็บรวบรวมข้อมูล

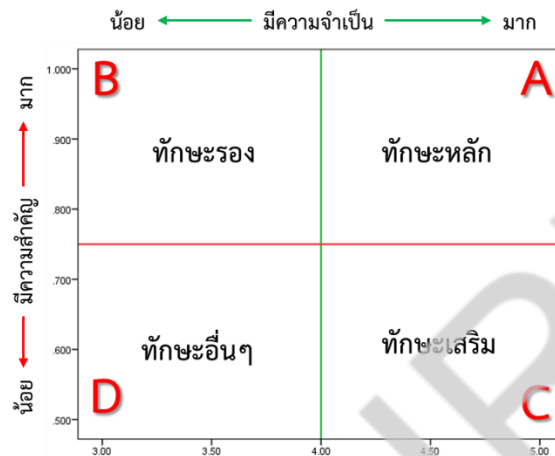
ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณจากบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการโดยตรง (เก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง) ซึ่งส่งจากผู้วิจัยถึงผู้ตอบแบบสอบถามโดยตรง ไม่ผ่านตัวกลางหรือหน่วยงานใดๆ เพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับบริบทของวัตถุประสงค์การวิจัย ในขณะที่การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการเดินทางไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยตนเอง เพื่อให้ได้รายละเอียดข้อมูลสำคัญของการวิจัย ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้อยู่บนพื้นฐานจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ PSU IRB 2021-LL-Cm 014 (Internal) โดยการแนะนำตัวผู้วิจัย อธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย และชี้แจงรายละเอียดการเข้าร่วมวิจัยให้กับกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดและขอความยินยอมจากกลุ่มเป้าหมายโดยเน้น “การเข้าร่วมการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจเท่านั้น” รวมทั้งสิทธิของผู้เข้าร่วมวิจัยที่สามารถจะออกจากโครงการวิจัยเมื่อใดก็ได้โดยไม่ต้องบอกเหตุผล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม 2565

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สำหรับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายและแสดงรายละเอียดลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดย 1) ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับวิเคราะห์ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแสดงอันดับ และใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย มีความจำเป็นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00) มีความจำเป็นมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) มีความจำเป็นปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40) มีความจำเป็นน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60) และมีความจำเป็นน้อยมาก (ค่าเฉลี่ย 0.00-1.80) 2) ใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาใส่รหัสในการกำกับข้อมูล (Coding) จากนั้นจึงนำข้อมูลที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นหมวดหมู่ (Categorizing) แล้วจึงวิเคราะห์ประเด็นสำคัญในแต่ละหมวดหมู่ เพื่อกำหนดเป็นธีม (Themes) และสรุปผลการวิเคราะห์ และ 3) นำผลการวิเคราะห์จากทั้งสองวิธีมารวมตีความและอธิบายผลการวิจัยที่เกิดขึ้น

2. สำหรับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อยืนยันองค์ประกอบที่สำคัญและสะท้อนถึงอิทธิพลของทักษะแต่ละทักษะที่มีต่อทักษะทางอารมณ์และสังคมจากการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของแต่ละทักษะซึ่งกำหนดเกณฑ์ที่ยอมรับได้อยู่ที่ระดับ 0.70 ขึ้นไป โดยกำหนดเป็นความสำคัญต่อการบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคม จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ความสำคัญและ

ความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรโดยการวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจำแนกตามสายงาน ได้แก่ สายงาน การโรงแรม สายงานสายการบิน และสายงานการท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance-Performance Analysis: IPA) (Weber, Lee and Crawford, 2020) ซึ่งพิจารณาจากข้อมูลใน 2 มิติ ได้แก่ 1) มิติความสำคัญของทักษะทางอารมณ์และสังคม (ผลจากการวิเคราะห์ CFA) โดยให้อยู่ในแนวตั้ง และ 2) มิติความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมในการปฏิบัติงาน (ผลจากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย) โดยให้อยู่ในแนวนอน สามารถแบ่งกราฟจากการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน โดยผู้วิจัยปรับให้สอดคล้องกับบริบทของการวิจัยนี้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวคิดการวิเคราะห์ความสำคัญและความจำเป็น

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน จำนวน 400 คน มีอายุเฉลี่ย 33.14 ปี และมีประสบการณ์ทำงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการเฉลี่ย 7.65 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.50 และเพศชาย ร้อยละ 28.50 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.80 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 24.80) และสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 6.40) ตามลำดับ มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001–20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ 20,001–30,000 บาท (ร้อยละ 21.00) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (ร้อยละ 18.80) 40,001 บาท ขึ้นไป (ร้อยละ 10.00) และ 30,001–40,000 บาท (ร้อยละ 7.80) ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่อยู่ในสายงานการโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ สายงานการท่องเที่ยวและบริการ (ร้อยละ 31.20) และสายงานสายการบิน (ร้อยละ 23.80) เขตพื้นที่ของสถานที่ทำงานส่วนใหญ่คือ เมืองหลัก ร้อยละ 56.70 และเมืองรอง ร้อยละ 43.30

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย จำนวน 30 ราย ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของสายงาน และประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 21 ราย ร้อยละ 70.00 และเพศชาย จำนวน 9 ราย ร้อยละ 30.00 มีอายุเฉลี่ย 32.23 ปี มีประสบการณ์ทำงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการเฉลี่ย 7.56 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.67 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 อยู่ในสายงานการโรงแรม จำนวน 10 ราย สายงานสายการบิน จำนวน 10 ราย และสายงานการท่องเที่ยว จำนวน 10 ราย

1. การศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จากการสะท้อนความคิดเห็นของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ แสดงความคิดเห็นในประเด็นทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ดังตารางที่ 1 รวมทั้งจากการวิเคราะห์แก่นสาระของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และการแปลผลทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากร
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ทักษะทางอารมณ์และสังคม	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ	ความหมาย
ทักษะการบริการลูกค้า	4.33	.69	3	มีความจำเป็นมากที่สุด
ทักษะการจัดระบบ	3.96	.70	6	มีความจำเป็นมาก
ทักษะการสื่อสาร	4.12	.71	5	มีความจำเป็นมาก
ความฉลาดทางอารมณ์	4.39	.69	1	มีความจำเป็นมากที่สุด
ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	4.34	.73	2	มีความจำเป็นมากที่สุด
ทักษะการทำงานเป็นทีม	4.15	.73	4	มีความจำเป็นมาก
ความคิดสร้างสรรค์	3.95	.74	7	มีความจำเป็นมาก
ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล	3.92	.73	8	มีความจำเป็นมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่อยู่ในระดับสูงที่สุด ประกอบด้วย ความฉลาดทางอารมณ์ (อันดับ 1) รองลงมาคือ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว (อันดับ 2) และทักษะการบริการลูกค้า (อันดับ 3) ในขณะที่ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่อยู่ในระดับสูง ประกอบด้วย ทักษะการทำงานเป็นทีม (อันดับ 4) รองลงมาคือ ทักษะการสื่อสาร (อันดับ 5) ทักษะการจัดระบบ (อันดับ 6) ความคิดสร้างสรรค์ (อันดับ 7) และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล (อันดับ 8) ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในสายงานการท่องเที่ยวและบริการที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดจำนวน 3 ทักษะ ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Magalhães et al. (2023) ที่บ่งชี้ความยืดหยุ่นและการปรับตัวเป็นทักษะที่มีความจำเป็นในระดับมากที่สุดในมุมมองของพนักงานโรงแรม และงานวิจัยของ Carlisle et al. (2023) ที่บ่งชี้ถึงทักษะในการบริการลูกค้าเป็นทักษะที่จำเป็นในอนาคตสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เชิงแก่นสาระของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

การกำหนดรหัส (Coding) ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการได้แก่....	การจัดหมวดหมู่ (Categorizing)	ทักษะทางอารมณ์และสังคม (Themes)
1.1 ต้องควบคุมอารมณ์ของตัวเองได้ดี (n=25) 1.2 ต้องรับมือกับลูกค้ามากมายและหลากหลายปัญหาที่เข้ามา (n=18) 1.3 ต้องเป็นคนที่ใจเย็น จะต้องไม่อารมณ์เสียกับลูกค้า ตอบลูกค้าก็ตอบอย่างนอบน้อม รับคำชมคำติชมตลอด (n=25) 1.4 ต้องควบคุมสภาวะจิตใจให้ได้ ทั้งกับลูกค้าและฝ่ายงาน (n=22) 1.5 ต้องมีทัศนคติดีด้านบวก (n=20)	- ความฉลาดทางอารมณ์	- เป็นทักษะหลักที่มีความสำคัญมากและมีความจำเป็นมากในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ



ตารางที่ 2 (ต่อ)

การกำหนดรหัส (Coding) ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ ได้แก่....	การจัดหมวดหมู่ (Categorizing)	ทักษะทางอารมณ์และสังคม (Themes)
2.1 พร้อมที่จะเรียนรู้และปรับตัวอยู่ตลอดเวลา (n=24) 2.2 มีความรู้รอบตัว เช่น สภาพอากาศ สภาพภูมิอากาศ สภาพการเดินทาง สภาพของเทศน์ (n=17) 2.3 เอาประสบการณ์มาปรับใช้กับการทำงาน เพราะในเรื่อง ของการปฏิบัติงานมันมีหลายวิธี (n=21)	- ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	- เป็นทักษะหลักที่มีความสำคัญ มากและมีความจำเป็นมาก ในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากร ในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว และบริการ
3.1 ต้องมีใจรักการบริการ (n=22) 3.2 มีมารยาทต่อลูกค้า (n=14) 3.3 คอยช่วยเหลือลูกค้าในด้านต่าง ๆ (n=16) 3.4 มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ (n=12) 3.5 บริการให้กับลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด (n=19)	- ทักษะการบริการลูกค้า	- เป็นทักษะหลักที่มีความสำคัญ มากและมีความจำเป็นมาก ในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากร ในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว และบริการ
4.1 ต้องประสานงานและส่งต่อกับเพื่อนร่วมงาน (n=14) 4.2 ต้องทำงานร่วมกันเพื่อการดำเนินการอย่างครอบคลุม (n=12)	- ทักษะการทำงานเป็นทีม	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ มากและค่อนข้างจำเป็นในการ ปฏิบัติงาน
5.1 ต้องมีการสื่อสารที่ดีให้กับลูกค้า เวลาพูดอะไรต้องให้ลูกค้า เข้าใจ (n=16) 5.2 ต้องสื่อสารให้ชัดเจน (n=15) 5.3 ต้องมีทัศนคติในการพูด (n=10)	- ทักษะด้านการสื่อสาร	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ มากและค่อนข้างจำเป็นในการ ปฏิบัติงาน
6.1 มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรมหรือการจัดกิจกรรม ให้กับลูกค้า (n=12) 6.2 จะต้องใช้จินตนาการในการทำงาน (n=6)	- ความคิดสร้างสรรค์	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ และจำเป็นในการปฏิบัติงาน
7.1 ต้องมีการแก้ปัญหาที่ดี (n=13) 7.2 มีไหวพริบในการแก้ปัญหา (n=12) 7.3 สามารถควบคุมสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ (n=6)	- ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ และจำเป็นในการปฏิบัติงาน
8.1 ต้องมีความตรงต่อเวลา (n=7) 8.2 ต้องบริหารจัดการตนเอง (n=7)	- ทักษะการจัดระบบ	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ และจำเป็นในการปฏิบัติงาน
9.1 มีความรู้ด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นในขณะเกิดอุบัติเหตุ (n=3) 9.2 สามารถถ่ายรูปได้สวย ซึ่งเป็นหนึ่งในสิ่งที่ต้องบริการลูกค้าและ ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจกับการท่องเที่ยว (n=3) 9.3 สามารถใช้ภาษาที่ 2 หรือ 3 ในการทำงาน (n=4) 9.4 ต้องสร้างความบันเทิงให้ลูกค้าผ่อนคลายที่สุด (n=2)	- ทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้น - ทักษะการถ่ายรูป - ความสามารถทางภาษา - การสร้างความบันเทิงและ นันทนาการ	- เป็นทักษะเสริมที่ช่วย ในการปฏิบัติงาน
10.1 สามารถใช้คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ อีเมลล์ อินเทอร์เน็ต (n=1)	- ทักษะด้านเทคโนโลยี	- เป็นทักษะอื่นๆ สำหรับการ ปฏิบัติงาน

จากตารางที่ 2 พบว่า บุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.33 ให้ความสำคัญกับความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการเป็นลำดับแรก ตามมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้วยปัญหาที่หลากหลายและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้บุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการต้องมีความฉลาดทางอารมณ์ สามารถควบคุมอารมณ์ของตนเอง บริหารความรู้สึกล่อลวงใจที่เกิดขึ้นอย่างเพียงพอ จึงจะสามารถทำงานท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จากวิกฤตการณ์ต่างๆ ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prentice et al. (2020) ที่บ่งชี้ว่า ความฉลาดทางอารมณ์ยังเป็นทักษะที่ช่วยให้บุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้น รู้จักการใช้อารมณ์ในทางที่เหมาะสม และเข้าใจอารมณ์ของผู้อื่นได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะลูกค้าและนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางอารมณ์และความต้องการ ทำให้การบริการมีประสิทธิภาพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Koc & Boz (2020) ที่บ่งชี้ว่าความเข้าใจในอารมณ์ของบุคคลเป็นทักษะที่สำคัญที่สุดสำหรับบุคลากรในสายงานการบริการท่องเที่ยวและบริการ ดังตัวอย่างมุมมองจากการ



สัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคลที่กล่าวว่า “ต้องควบคุมอารมณ์ของตัวเองได้ดีในระดับหนึ่ง เพราะว่าต้องรับมือกับลูกค้ามากมายและหลากหลายปัญหาที่เข้ามา เราเป็นด้านหน้าของโรงแรม (PS1: เพศหญิง อายุ 26 ปี ประสบการณ์ 3 ปี สายงาน การโรงแรม)” และ “ด้านอารมณ์...เนื่องจากว่าเราเป็นงานบริการ เราต้องมีเรื่องของอารมณ์อยู่แล้ว การที่เจอลูกค้าหลายรูปแบบ เจอคนหลายรูปแบบ เราก็ต้องควบคุมอารมณ์ของเราให้ได้ (PS6: เพศหญิง อายุ 29 ปี ประสบการณ์ 7 ปี สายงาน การท่องเที่ยว)” ดังนั้น การวิจัยระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแสดงถึงผลการวิจัยที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่น และการปรับตัว โดยมองว่า เป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ เทคโนโลยี และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยว ที่บุคลากรในสายงานจะต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการสามารถใช้หลากหลายวิธีในการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์เป็นสำคัญ อาทิ ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ธุรกิจอาจใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น ความยืดหยุ่นและการปรับตัวอย่างเหมาะสมในการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการจึงเป็นส่วนสนับสนุน ให้บุคลากรสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในบริบทของการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rabiul et al. (2022) ที่แสดงถึงระดับความยืดหยุ่นในการทำงานของพนักงานในธุรกิจโรงแรมในระดับที่สูงมาก เพื่อการยกระดับคุณภาพในการบริการลูกค้า ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนกล่าวว่า “ต้องมีความพร้อม ที่จะปรับตัวอยู่ตลอดเวลา พร้อมที่จะเรียนรู้ อยู่ตลอดเวลา ด้วยยุคปัจจุบัน การท่องเที่ยว คนเข้าถึงได้หมดแล้วด้วย ไม่ได้จำกัดเชื้อชาติที่จะเข้ามา แล้วก็ด้วยโลกของยุค IT สมัยใหม่ เพราะฉะนั้นถ้าเราทำอะไรที่เป็นแบบเดิมๆ มันก็ไม่สามารถอยู่รอดได้ (PS30: เพศหญิง อายุ 47 ปี ประสบการณ์ 15 ปี สายงานสายการบิน)” และ “เมื่อก่อนคือถ่ายรูปแบบเฉยๆ มาก หลังๆ เริ่มแบบหัดถ่ายรูป มีสตูดิโอ ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจกับการท่องเที่ยว แล้วก็อีกทางเลือกที่ทำให้ลูกค้าเลือกเราเป็นมัคคุเทศก์อีกครั้ง เพราะเราเป็นมัคคุเทศก์อิสระ ลูกค้าก็จะบอกว่าอยากให้เราไปด้วย ชอบถ่ายรูป ถ่ายรูปสวยๆ มันก็คือความประทับใจที่หาความรู้ใหม่ๆ ไปเรื่อยๆ ถ่ายรูป หามุมให้ลูกค้าขึ้น เริ่มที่จะพูดกับลูกค้าว่า ทำทำนั่นทำทำนี่ ถ่ายจากตรงนี้ ไม่ใช่แค่เดินไปสถานที่ท่องเที่ยวแล้วก็พาเดินไปแล้ว ก็จบ (PS7: เพศชาย อายุ 33 ปี ประสบการณ์ 12 ปี สายงานการท่องเที่ยว)”

ในบริบทของการบริการลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 มองว่า มีความสำคัญต่อการทำงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ โดยเป็นทักษะที่จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จนกลายเป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้าและบริการของธุรกิจ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วน มองว่า ทักษะการบริการลูกค้าควรเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการพึงมี เนื่องด้วยลักษณะของธุรกิจ และการดำเนินงานเป็นปกติทั่วไปในการดูแลและบริการลูกค้าอย่างเต็มที่ จึงอาจกล่าวได้ว่า ทักษะการบริการลูกค้า คือ องค์ประกอบและคุณลักษณะสำคัญสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาก่อนหน้านี้ที่บ่งชี้ถึงความสำคัญในระดับสูงที่สุดของทักษะและพฤติกรรมบริการลูกค้าของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ (Singh & Jaykumar, 2019 ; Teng, 2019) ตัวอย่างบางส่วนของผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวว่า “Service Mind...ถ้าเรามีเนี่ย ก็จะทำให้เราอยู่ในธุรกิจ โรงแรมได้ยาวเลย (PS21: เพศชาย อายุ 28 ปี ประสบการณ์ 5 ปี สายงานการโรงแรม)” และ “สิ่งแรกที่สำคัญเลย...เรื่องของ การบริการ Service Mind ถ้ามีค่านี้นี้ค่าเดียว น่าจะครอบคลุมทั้งหมด ก็คือคนที่มาทำงานตรงนี้จะต้องมีใจรักในงานบริการ ไม่ว่าจะทำงานแผนกไหน ไม่ว่าแม่บ้านหรือว่าอะไรก็แล้วแต่ ถ้ามีใจรักในการบริการ งานแต่ละอย่างที่ได้รับมอบหมายหรือหน้าที่ที่เราทำอยู่มันก็จะออกมาดี เพราะว่าได้น่าเนี่ยแล้ว ทำแล้วให้คนอื่นประทับใจ (PS29: เพศชาย อายุ 32 ปี ประสบการณ์ 10 ปี สายงานการท่องเที่ยว)”

สำหรับทักษะทางอารมณ์และสังคมในด้านอื่นๆ ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบ่งชี้ ถึงความสำคัญและเป็นที่มาที่มีความจำเป็นในการทำงานด้านการท่องเที่ยวและบริการที่ใกล้เคียงกัน ประกอบด้วย ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการสื่อสาร ทักษะการจัดระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่แสดงถึงระดับความจำเป็นของทักษะเหล่านี้ในระดับมากต่อการทำงานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ โดยสามารถแสดงตัวอย่างมุมมองจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคล ดังนี้

“ทักษะในการสื่อสารกับลูกค้า ก็เหมือนเวลาเราทำงานก็ต้องมีการสื่อสารที่ดีให้กับลูกค้า เวลาเราพูดอะไรก็ ต้องให้ลูกค้าเข้าใจ” (PS12: เพศหญิง อายุ 36 ปี ประสบการณ์ 10 ปี สายงานการท่องเที่ยว)



“เราจะต้องเป็นคนที่ต้องมีทักษะการพูดที่ดีมากๆ เลย เพราะว่าเรารับลูกค้าโดยตรง เราต้องสื่อสารข้อมูลต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ ต้องสื่อสารหรือพูดอย่างชัดเจน” (PS2: เพศหญิง อายุ 23 ปี ประสบการณ์ 1 ปี สายงานการโรงแรม)

“ด้วยอาชีพจริง ๆ มักคู่ทุกข์ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าสำคัญนะ ต้องคิดวิเคราะห์อย่างละเอียด เพราะว่าในการทำงานเราจะต้องเจอปัญหา ถ้าหากเราแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไม่ได้ก็จะเกิดปัญหา เราก็จะดูแลลูกค้ากลุ่มนั้นไม่สมบูรณ์” (PS8: เพศชาย อายุ 29 ปี ประสบการณ์ 7 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

“ปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละด้าน เราจะต้องพร้อมในการแก้ปัญหาให้รวดเร็ว ฉับพลัน แม่นยำ แล้วก็จัดการ” (PS16: เพศชาย อายุ 29 ปี ประสบการณ์ 10 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

“การทำงานร่วมกันกับเพื่อนร่วมงาน เพราะต้องประสานงาน ส่งต่องานกับเพื่อน ก็คือเหมือนเราทำงานร่วมกับผู้อื่น เราจะเก่งอย่างเดียวไม่ได้ การทำงานมันต้องช่วยเหลือซึ่งกันและกัน งานมันถึงจะผ่านไปได้ด้วยดี” (PS9: เพศหญิง อายุ 24 ปี ประสบการณ์ 6 ปี สายงานการโรงแรม)

“ต้องมีความอดทน มีระเบียบวินัย การตรงต่อเวลา” (PS12: เพศหญิง อายุ 36 ปี ประสบการณ์ 10 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

“การตรงต่อเวลา เพราะว่าตรงต่อเวลาเข้างาน ก็คือเราทำงานตรงนั้นมันก็จะมีความที่เห็นเองอยู่แล้ว เพราะเหมือนเป็นการมอบหมายว่าวันนี้คุณต้องทำอะไรบ้าง เรารับผิดชอบงานตัวเองเราได้จะไรมาเราก็ทำตรงนั้นให้เต็มที่” (PS17: เพศหญิง อายุ 32 ปี ประสบการณ์ 9 ปี สายงานสายการบิน)

“ความคิดสร้างสรรค์ เพราะการทำงาน คนที่ประสบความสำเร็จน่าจะเป็นคนที่มีความคิดที่แปลกใหม่กว่าคนอื่น น่าจะเป็นหนทางสู่ความสำเร็จได้ดีกว่าคนอื่น” (PS24: เพศชาย อายุ 28 ปี ประสบการณ์ 2 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

“เขาต้องมีความเป็นมิตรกับเพื่อนร่วมงาน เป็นมิตรกับผู้อื่น เพราะจะทำให้องค์กรสามารถดำเนินต่อไปได้ เช่น สมมติว่าเขาเข้ามาแล้วเขาไม่เป็นมิตร เขาทำให้องค์กรเสีย มันจะทำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ หรือดำเนินต่อไปได้แต่ไม่ดี ทำให้คุณภาพที่องค์กรที่เราวางไว้มันเสียระบบ แล้วทำให้ผลงานมันออกมาไม่ดี ก็ส่งผลไปถึงลูกค้า” (PS27: เพศหญิง อายุ 26 ปี ประสบการณ์ 3 ปี สายงานสายการบิน)

นอกจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาดังกล่าว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนยังระบุถึงทักษะอื่นๆ ที่มีความสำคัญและเป็นส่วนสนับสนุนการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทักษะที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะในแต่ละสายงาน ประกอบด้วย 1) สายงานการโรงแรม บุคลิกภาพระหว่างการทำงานที่ต้องพบเจอกับลูกค้าเป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ของโรงแรมได้อย่างชัดเจน ทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศที่บุคลากรในสายงานการโรงแรมจำเป็นต้องใช้ในการต้อนรับและติดต่อกับนักท่องเที่ยวและลูกค้าโดยตรง 2) สายงานสายการบิน มีความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกับบุคลากรในสายงานการโรงแรม โดยระบุถึงบุคลิกภาพและความสามารถในการใช้ภาษาที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการทำงานในสายงาน นอกจากนี้ ยังมีทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และการทำงานได้หลากหลายที่เป็นสิ่งสนับสนุนให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพและคุณภาพที่สูงขึ้น และ 3) สายงานการท่องเที่ยวและบริการ โดยทักษะที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบ่งชี้ถึงการสนับสนุนในการทำงาน ประกอบด้วย ทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้นที่บางครั้งจำเป็นต้องใช้ในการช่วยเหลือลูกค้าเมื่อเกิดสถานการณ์ที่คับขัน ทักษะการถ่ายรูปที่ช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและพึงพอใจในการบริการมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทักษะในการสร้างความบันเทิงและกิจกรรมนันทนาการ ที่เป็นส่วนสนับสนุนให้กิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับลูกค้าได้อย่างชัดเจน ดังตัวอย่างมุมมองจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคล

“ทักษะทางด้านภาษา ก็คืออย่างน้อยจะต้องได้ภาษาอังกฤษหรือได้ภาษาที่สาม ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ก็แล้วแต่ เพราะเราจะต้องเจอลูกค้าหลากหลายเชื้อชาติ ภาษาถือว่าสำคัญมาก แล้วก็อีกอย่างหนึ่งที่เสริมไป ก็คือ บุคลิกภาพ” (PS2: เพศหญิง อายุ 23 ปี ประสบการณ์ 1 ปี สายงานการโรงแรม)

“บุคลิกภาพที่เราจะนำเสนอออกไป ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย การไหว้ ซึ่งมีส่วนสำคัญเราจะต้องดูดีมีบุคลิกภาพที่ดีเพื่อที่จะได้เป็นภาพลักษณ์ให้โรงแรมด้วย” (PS5: เพศหญิง อายุ 34 ปี ประสบการณ์ 9 ปี สายงานการโรงแรม)

“สร้างความบันเทิง การหยอกล้อลูกค้า การเล่นกับลูกค้าอย่างเหมาะสม ก็คือเราต้องดูว่าลูกค้า ต่อไปก็คือการใช้จิตวิทยาในการแบบสังเกตลูกค้าว่าในระยะเวลาตรงนี้เรากำลังเดินทางอยู่ว่า ลูกค้ามีปฏิกิริยาอย่างไรในการเดินทาง เช่น เหนื่อยล้าหรือลูกค้ากระตือรือร้นตื่นตัวเราก็จะนำเกมต่างๆ หรือกิจกรรมต่างๆ หรือความรู้ต่างๆ ในสถานที่นั้นๆ จะเอามาใช้ประยุกต์ให้เกิดความสนุกมากขึ้นอีก อันนี้เป็นการสร้างความบันเทิงกับจิตวิทยารวมกัน” (PS8: เพศชาย อายุ 29 ปี ประสบการณ์ 7 ปี สายงานการท่องเที่ยว)



“การปฐมพยาบาลเบื้องต้นในขณะเกิดอุบัติเหตุ เช่น รถเบรกกะทันหัน หรือเกิดอุบัติเหตุหกล้ม ลูกค้าหัวแตกก็มี จะมีการเตรียมปฐมพยาบาลเบื้องต้น เรามีชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้นเป็นของตัวเองเรา จะได้ปฐมพยาบาลลูกค้าอย่างทันท่วงที ก่อนนำส่งโรงพยาบาล” (PS10: เพศหญิง อายุ 36 ปี ประสบการณ์ 9 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

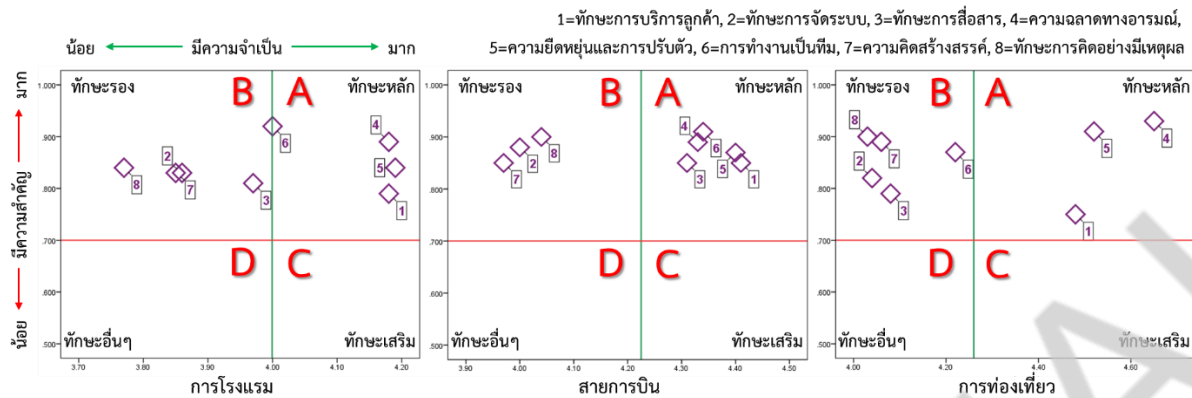
2. การศึกษาตัวบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยการวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจำแนกตามสายงาน ประกอบด้วย 1) สายงานการโรงแรม 2) สายงานสายการบิน และ 3) สายงานการท่องเที่ยว ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อยืนยันองค์ประกอบที่สำคัญและสะท้อนถึงอิทธิพลของทักษะแต่ละทักษะที่มีต่อทักษะทางอารมณ์และสังคมจากการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของแต่ละทักษะซึ่งกำหนดเกณฑ์ที่ยอมรับได้อยู่ที่ระดับ 0.70 ขึ้นไป โดยกำหนดเป็นความสำคัญต่อการบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคม และพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อทักษะทางอารมณ์และสังคมในแต่ละทักษะ โดยกำหนดให้เป็นความจำเป็นต่อการบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคม ดังตารางที่ 3 จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ความสำคัญและความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรโดยการวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจำแนกตามสายงาน ซึ่งปรับตามแนวคิดการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance-Performance Analysis: IPA) ดังภาพที่ 3

ตารางที่ 3 คะแนนเฉลี่ยความสำคัญและความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการในแต่ละสายงาน

ทักษะทางอารมณ์และสังคม	การโรงแรม (n=180)		สายการบิน (n=95)		การท่องเที่ยว (n=125)	
	ความสำคัญ (FL)	ความจำเป็น $\bar{X}$	ความสำคัญ (FL)	ความจำเป็น $\bar{X}$	ความสำคัญ (FL)	ความจำเป็น $\bar{X}$
1. ทักษะการบริการลูกค้า	0.79	4.18	0.85	4.41	0.75	4.48
2. ทักษะการจัดระบบ	0.83	3.86	0.88	4.00	0.82	4.04
3. ทักษะการสื่อสาร	0.81	3.97	0.85	4.31	0.79	4.08
4. ความฉลาดทางอารมณ์	0.89	4.18	0.89	4.33	0.93	4.65
5. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	0.84	4.19	0.87	4.40	0.91	4.52
6. ทักษะการทำงานเป็นทีม	0.92	4.00	0.91	4.34	0.87	4.22
7. ความคิดสร้างสรรค์	0.83	3.85	0.85	3.97	0.89	4.06
8. ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล	0.84	3.77	0.90	4.04	0.90	4.03
KMO Value	0.89	-	0.89	-	0.92	-
Bartlett's Test (P-Value)	0.00	-	0.00	-	0.00	-
ค่าเฉลี่ยของทุกทักษะ	-	4.00	-	4.20	-	4.29

หมายเหตุ FL= Factor Loading

จากตารางที่ 3 พบว่า 1) ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญเป็น 3 อันดับแรกในสายงานการโรงแรม ได้แก่ ทักษะการทำงานเป็นทีม ความฉลาดทางอารมณ์ และความยืดหยุ่นและการปรับตัว ตามลำดับ และทักษะที่มีความจำเป็นในการปฏิบัติงานในสายงานการโรงแรม 3 อันดับแรก ได้แก่ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว ความฉลาดทางอารมณ์ และการบริการลูกค้า ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Magalhães et al. (2023) ที่บ่งชี้ถึงทักษะที่จำเป็นมากที่สุดสำหรับพนักงานโรงแรมคือความยืดหยุ่นและการปรับตัว 2) ทักษะที่มีความสำคัญเป็น 3 อันดับแรกในสายงานสายการบิน ได้แก่ การทำงานเป็นทีม ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล และความฉลาดทางอารมณ์ ตามลำดับ และทักษะที่มีความจำเป็นในการปฏิบัติงานในสายงานสายการบิน 3 อันดับแรก ได้แก่ ทักษะการบริการลูกค้า ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการทำงานเป็นทีม ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bremer & Maertens (2021) ที่บ่งชี้ถึงทักษะในอนาคตที่สำคัญสำหรับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินคือ การทำงานเป็นทีม การมุ่งเน้นการบริการ รวมถึงทักษะในการสื่อสาร และ 3) ทักษะที่มีความสำคัญเป็น 3 อันดับแรกในสายงานการท่องเที่ยว ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล ตามลำดับ และทักษะที่มีความจำเป็นในการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการบริการลูกค้า ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sharma & Singh (2020) ที่บ่งชี้ถึงความสำคัญและความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล ทักษะในการปรับตัว และทักษะการสื่อสาร ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสำคัญและความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในแต่ละสายงาน

จากภาพที่ 3 พบว่า 1) ทักษะหลัก อยู่ในพื้นที่ A เป็นทักษะที่มีความสำคัญมากและมีความจำเป็นในการปฏิบัติงานมากสำหรับบุคลากรในสายงานการโรงแรม ได้แก่ การบริการลูกค้า ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการทำงานเป็นทีม ในขณะที่ทักษะรองซึ่งอยู่ในพื้นที่ B เป็นทักษะที่มีความสำคัญมากแต่มีความจำเป็นในการปฏิบัติงานน้อย ประกอบด้วย ทักษะการจัดระบบ ทักษะการสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล 2) ทักษะหลักสำหรับบุคลากรในสายงานสายการบิน ได้แก่ ทักษะการบริการลูกค้า ทักษะการสื่อสาร ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการทำงานเป็นทีม ในขณะที่ทักษะรอง ประกอบด้วย ทักษะการจัดระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล และ 3) ทักษะหลักสำหรับบุคลากรในสายงานการท่องเที่ยว ได้แก่ การบริการลูกค้า ความฉลาดทางอารมณ์ และความยืดหยุ่นและการปรับตัว ในขณะที่ทักษะรอง ประกอบด้วย การทำงานเป็นทีม ทักษะการจัดระบบ ทักษะการสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล

ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรจากการวิเคราะห์ผลการวิจัย ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยสามารถจำแนกทักษะทางอารมณ์และสังคมออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ทักษะหลัก โดยเป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดในการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ เนื่องจากเป็นทักษะที่จะช่วยให้บุคลากรมีความพร้อมและความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง สถานการณ์วิกฤต และความหลากหลายของเนื้อหาและผู้รับบริการ กลุ่มที่ 2 ทักษะรอง เป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นมากในการปฏิบัติงานด้วยลักษณะเฉพาะของงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ และกลุ่มที่ 3 ทักษะเสริม ที่เป็นส่วนสนับสนุนให้บุคลากรมีคุณลักษณะพิเศษที่ช่วยยกระดับการทำงานและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้รับบริการ

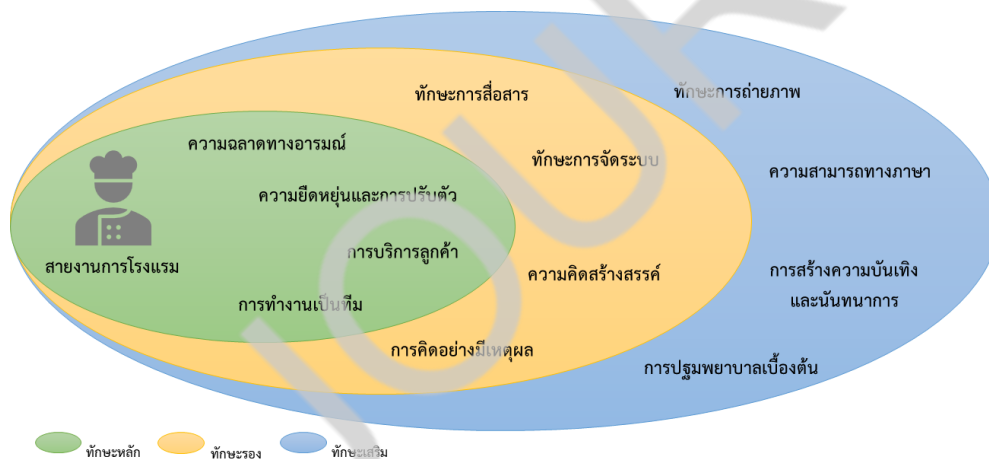
สรุปผลการวิจัย

1. บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสะท้อนถึงทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดในการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า ซึ่งเปรียบเสมือนทักษะพื้นฐานที่บุคลากรที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการพึงมี เนื่องด้วยลักษณะของการทำงานที่จะต้องบริการและดูแลลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป็นหลัก มีโอกาสที่จะพบเจอกับปัญหาเฉพาะหน้าและการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ ได้ตลอดเวลา ถัดมา คือ ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นในการทำงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ประกอบด้วย ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการสื่อสาร ทักษะการจัดระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล เนื่องด้วยในสายงานการท่องเที่ยวและบริการมีความจำเป็นในการติดต่อและประสานงานกับส่วนงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้การจัดระบบการทำงานก็มีบทบาทสำคัญให้บุคลากรในสายงานต้องพยายามสมดุลให้มากที่สุด เนื่องจากเวลาการทำงานมีความแตกต่างกับสายงานอื่นๆ ทั่วไป เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานโรงแรม รวมทั้งรูปแบบของงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการยังมีความจำเป็นต่อการคิดอย่างมีเหตุผลและมีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในการ

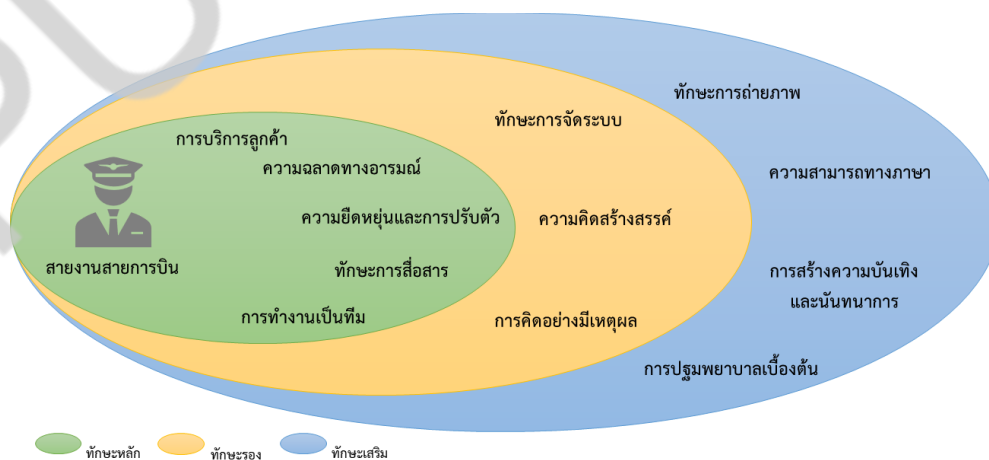


ปฏิบัติงานสามารถจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ทักษะหลัก เป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดในการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า กลุ่มที่ 2 ทักษะรอง เป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการสื่อสาร ทักษะการจัดระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล กลุ่มที่ 4 ทักษะเสริม เป็นทักษะที่สนับสนุนให้บุคลากรมีคุณลักษณะพิเศษที่ช่วยยกระดับการทำงานและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้รับบริการ ได้แก่ ทักษะการถ่ายภาพ ความสามารถทางภาษา การสร้างความบันเทิงและนันทนาการ และทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และ กลุ่มที่ 4 ทักษะอื่นๆ เป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานแต่อาจยังไม่ใช่ทักษะที่มีความสำคัญหรือจำเป็นมากนัก เช่น ทักษะด้านเทคโนโลยี จากผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ สามารถยืนยันผลการวิจัยในทิศทางเดียวกันถึงทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ รวมถึงยังเป็นการเติมเต็มเหตุผลและขยายความของผลการวิจัยที่สะท้อนถึงบริบทเชิงพื้นที่ฝั่งอันดามันของประเทศไทย

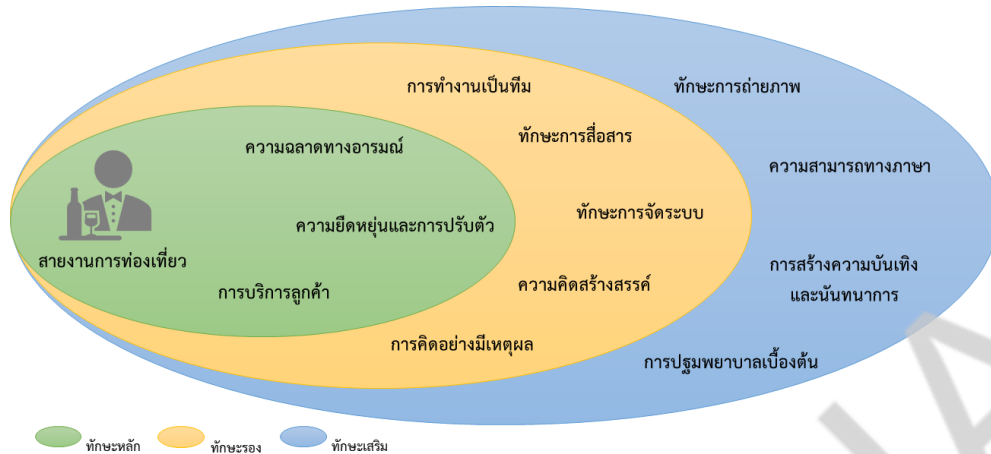
2. ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในแต่ละสายงานมีความสำคัญและความจำเป็นในการปฏิบัติงานในบริบทที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย 1) บุคลากรในสายงานการโรงแรม ทักษะหลัก ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว การบริการลูกค้า และการทำงานเป็นทีม ดังภาพที่ 4 2) บุคลากรในสายงานสายการบิน ทักษะหลัก ได้แก่ การบริการลูกค้า ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว ทักษะการสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม ดังภาพที่ 5 และ 3) บุคลากรในสายงานการท่องเที่ยว ทักษะหลัก ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการบริการลูกค้า ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 4 ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในสายงานการโรงแรม



ภาพที่ 5 ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในสายงานสายการบิน



ภาพที่ 6 ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในสายงานการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย โดยเป็นข้อมูลและความรู้ที่สำคัญในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและคุณลักษณะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการสำหรับการแข่งขันในระดับประเทศและภูมิภาค
2. ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย โดยผลการวิจัยและองค์ความรู้ที่ค้นพบเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร รวมทั้งแนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรทั้งในสายงานการโรงแรม สายการบิน และการท่องเที่ยว
3. ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ทั้งสายงานการโรงแรม สายการบิน และการท่องเที่ยว โดยผลการวิจัยเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพและคุณลักษณะของตนเองในการทำงาน อันอาจส่งผลต่อความมั่นคงในงานและผลการปฏิบัติงาน อาทิ การประเมินทักษะทางอารมณ์และสังคมของตนเองเพื่อความเข้าใจและการพัฒนาทักษะทางอารมณ์และสังคมในด้านต่างๆ อย่างตรงจุดและเหมาะสม เพื่อสร้างความพร้อมในการทำงานและการแข่งขันของตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ควรมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะทางด้านทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ โดยการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศักยภาพทักษะทางอารมณ์และสังคม ที่บุคลากรสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้อย่างสะดวก รวมทั้งสามารถเข้าถึงได้ในทุกช่วงวัย เป็นหลักสูตรที่เป็นการพัฒนาเพิ่มทักษะทางอารมณ์และสังคมอย่างเป็นรูปธรรมที่บุคลากรสามารถนำไปใช้ในการทำงานได้จริงและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเตรียมความพร้อมศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันภาพรวมในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ เนื่องด้วยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยมีส่วนขับเคลื่อนและมีส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจ
2. ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมการเพิ่มทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่สอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะของแต่ละสายงาน ทั้งการโรงแรม การบิน และการท่องเที่ยว โดยการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ถึงบทบาทและความสำคัญของทักษะทางอารมณ์และสังคมในยุคปัจจุบันและอนาคตที่ส่งผลต่อความมั่นคงในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน สำหรับภาครัฐ ควรส่งเสริมการรับรู้และการตระหนักให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการถึงเหตุผลและประโยชน์ของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่บุคลากรพึงมี



ในขณะที่ภาคเอกชนควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรเพิ่มทักษะทางอารมณ์และสังคมผ่านกระบวนการกระตุ้นอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง อาทิ การเพิ่มค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในอาชีพ และความมั่นคงในงาน

3. บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการควรเพิ่มทักษะทางอารมณ์และสังคมในภาพรวมของตนเองให้มากยิ่งขึ้น อาทิ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า โดยการเรียนรู้ผ่านหลักสูตรต่างๆ ที่เป็นองค์ความรู้สำหรับการเพิ่มศักยภาพทักษะทางอารมณ์และสังคม เนื่องจากเป็นทักษะที่ส่งเสริมคุณลักษณะเฉพาะของตนเองในการทำงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ รวมถึงการทำงานในสังคม

4. บุคลากรในแต่ละสายงานที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการควรยกระดับศักยภาพของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เป็นทักษะหลักอันมีความสำคัญและมีความจำเป็นเฉพาะแต่ละสายงาน อันจะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่าง Hard Skill และ Soft Skill สำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการทั้งในเขตพื้นที่ฝั่งอานามัน ระดับภาคใต้ และระดับประเทศ เพื่อความเข้าใจถึงบริบททั้งหมดสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

2. ควรมีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบอิทธิพลของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่อาจจะส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน ผลการปฏิบัติงาน หรือความตั้งใจในการลาออกจากงาน

ข้อกำจัดการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่วัดตัวแปรทั้งหมดจากคนๆ เดียว (Cross-sectional Survey Data Collection) ซึ่งอาจเกิดอคติในการตอบแบบสอบถาม เช่น ประเด็นการประเมินผลการปฏิบัติงาน ดังนั้นจึงอาจทำให้ผลการวิจัยมีความเอนเอียงเกิดขึ้น จึงควรป้องกันด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามด้วยคนต่างกลุ่มกัน (Multi-source Data Collection) แต่การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบนี้อาจทำได้ยากในบริบทของงานวิจัยนี้

2. การวิจัยนี้ครอบคลุมเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ฝั่งอานามันของประเทศไทยทั้ง 6 จังหวัด ผลการวิจัยอาจจะไม่สามารถสะท้อนถึงบริบทในภาพรวมของภาคใต้ทั้งหมด หรือในภาพรวมของประเทศไทย

References

- Anthonius, A. (2021). The Influence Of Employee Empowerment, Soft Skills And Hard Skills Towards Employee Performance In Hotel/Hospitality Industry. *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2),14-24.
- Asbari, M., Purwanto, A., Ong, F., Mustikasiwi, A., Maesaroh, S., Mustofa, M., Hutagalung, D. & Andriyani, Y. (2020). Impact of Hard Skills, Soft Skills and Organizational Culture: Lecturer Innovation Competencies as Mediating. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1),101-121.
- Asefer, A. & Abidin, Z. (2021). Soft skills and graduates' employability in the 21st century from employers' perspectives:A review of literature.*International Journal of Infrastructure Research and Management*, 9(2),44-59.
- Bremer, K. F. & Maertens, S. U. (2021). Future skills of flight attendants in times of covid-19-related job uncertainty—the case of Germany. *Administrative Sciences*, 11(4), 154.
- Carlisle, S., Ivanov, S. & Espeso-Molinero, P. (2023). Delivering the European Skills Agenda: the importance of social skills for a sustainable tourism and hospitality industry. *Tourism & management studies*, 19(3),23-40.
- Chala, F. M. & Bouranta, N. (2021). Soft Skills Enhance Employee Contextual Performance: The Case of the Maritime Industry. *KnE Social Sciences*, 5(9),126–138.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed). New York : John Wiley & Sons.



- Faizin, M., Isnaini, A., Sudarmiati, S. & Firmansyah, R. (2024). Analysis Of Entrepreneurial Soft Skills In Improving MSME Business Sustainability In Pasuruan Mangrove Tourism Area. *International Journal of Economics and Management Research*, 3(1),103-116.
- Goni, M. D., Naing, N. N., Hasan, H., Wan-Arfah, N., Deris, Z. Z., Arifin, W. N., Baaba, A. A. & Njaka, S. (2020). A confirmatory factor analysis of the knowledge, attitude and practice questionnaire towards prevention of respiratory tract infections during Hajj and Umrah. *BMC public health*, 20(1684),1-8.
- Kenayathulla, H. B., Ahmad, N. A. & Idris, A. R. (2019). Gaps between competence and importance of employability skills: evidence from Malaysia. *Higher Education Evaluation and Development*, 13(2),97-112.
- Kirschner, P. A. & Stoyanov, S. (2020). Educating youth for nonexistent/not yet existing professions. *Educational Policy*, 34(3),477-517.
- Kiryakova-Dineva, T., Kyurova, V. & Chankova, Y. (2019). Soft skills for sustainable development in tourism: the Bulgarian experience. *European Journal of Sustainable Development*, 8(2),57-57. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2019.v8n2p57>
- Koc, E. & Boz, H. (2020). Development of hospitality and tourism employees' emotional intelligence through developing their emotion recognition abilities. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(2),121-138.
- Kumar, S. V. (2021). A study on adept soft skill & knowledge accompanying hospitality employee retention behavior during Covid-19 lockdown phase. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 11,1-9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5770073>
- Magalhães, C., Araújo, A. & Andrés Marques, I. (2023). Hotel workers' perceptions on soft and hard skills in Porto, Portugal. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 22(1),49-70.
- Mamatzakis, E., Pegkas, P. & Staikouras, C. (2023). Labour market regulations and efficiency in tourism industry. *Tourism Economics*, 29(4),1032-1054.
- Pranić, L., Pivac, S. & Mandić, A. (2024). Soft skills' infusion in tourism curricula: scale development and validation. *Anatolia*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/13032917.2024.2363804>
- Pranić, L., Pivčević, S. & Praničević, D. G. (2021). Top 30 soft skills in tourism and hospitality graduates: A systematic literature review. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 6,637-656. doi:10.20867/tosee.06.43
- Prentice, C., Dominique Lopes, S. & Wang, X. (2020). Emotional intelligence or artificial intelligence-an employee perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(4),377-403. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1647124>
- Rabiul, M. K., Promsivapallop, P., Al Karim, R., Islam, M. A. & Patwary, A. K. (2022). Fostering quality customer service during Covid-19: The role of managers' oral language, employee work engagement, and employee resilience. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53,50-60. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.09.002>
- Sharma, S. & Singh, V. (2020). Soft Skills in Tourism–A case study of Tourism Management Graduates. Retrieved December 2022, from <https://www.ijrar.org/papers/IJRAR2001190.pdf>
- Singh, A. & Jaykumar, P. (2019). On the road to consensus: key soft skills required for youth employment in the service sector. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(1),10-24.
- Sonnenschein, K. (2021). It's Important for Us to Know How to Do Teamwork: Perceptions of Chinese International Hospitality Students Regarding Teamwork Skills. *Journal of China Tourism Research*, 17(2),309-322.



- Swann, C., Rosenbaum, S., Lawrence, A., Vella, S. A., McEwan, D. & Ekkekakis, P. (2021). Updating goal-setting theory in physical activity promotion: a critical conceptual review. *Health Psychology Review*, 15(1),34-50.
- Teng, H.-Y. (2019). Job crafting and customer service behaviors in the hospitality industry: Mediating effect of job passion. *International journal of hospitality management*, 81,34-42. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.013>
- Weber, M., Lee, J. & Crawford, A. (2020). A suggested best practices for enhancing performance of soft skills with entry-level hospitality managers. *Anatolia*, 31(1),76-87.
- Wetsanarat, N. (2021). Soft skill competency development to enhance competitiveness of Thai incentive travel industry. *RICE Journal of Creative Entrepreneurship and Management*, 2(1),53-65. doi:10.14456/rjcm.2021.24
- Zhu, D., Doan, T., Kanjanakan, P. & Kim, P. B. (2022). The impact of emotional intelligence on hospitality employees' work outcomes: a systematic and meta-analytical review. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(3),326-347.