

ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี

พนัดดา จันเพชร^{1*} ศิริวรรณ ภิญโญสิริพันธ์² และพรรัตน์ แสงดงหาญ³

¹อาจารย์ประจำ สาขาการจัดการและนวัตกรรมการบริการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

^{2,3}อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยบูรพา

*Corresponding author e-mail: panadda.ch@go.buu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 29 มิถุนายน 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 12 สิงหาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 19 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรี ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาปรากฏการณ์ ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายความหมาย ที่มาจากประสบการณ์ของบุคคล ที่มีต่อแนวคิดหรือปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งในการศึกษานี้ คือ ประสบการณ์ของเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานที่เชื่อมโยงกับความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงานของพนักงานโรงแรม ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ผู้บังคับบัญชาจำนวน 14 คน ซึ่งปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี ด้วยวิธีการสัมภาษณ์อย่างเชิงทฤษฎี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แนวทางการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก โดยใช้วิธีวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบดั้งเดิม การกำหนดรหัส ประเภทข้อมูล และประเด็นหลัก ผลการวิจัยพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงาน โดยความฉลาดทางอารมณ์ ช่วยให้พนักงานแสดงออกซึ่งพฤติกรรมบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ขณะที่ปัจจัยความผูกพันในงานส่งผลให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้น ความทุ่มเท และความภาคภูมิใจในงาน ทำให้พนักงานให้บริการด้วยความสุข ดังนั้นผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์และความผูกพันในงานเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำสำคัญ: ความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน ประสิทธิภาพการบริการ

THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE WORK ENGAGEMENT AND EMPLOYEE SERVICE PERFORMANCE WORKING IN THE HOTELS IN CHONBURI

Panadda Chanphet¹ Siriwan Pinyosiripan² and Pornrat Sadangharn³

¹Business Management and Innovation, Burapha Business School, Burapha University, Thailand

^{2,3}Lecture of Burapha University

Abstract

This research aims to investigate the relationship between emotional intelligence work engagement and service performance of front-line employees working in 3-star and above hotel businesses in Chonburi. Using a theoretical sampling method and semi-structured interview approach, data collection was conducted through in-depth interviews, using traditional content analysis, coding, data types, and main points. The results of the research found that emotional intelligence and work engagement were positively related to employees' service performance. Emotional intelligence helped employees express service behaviors that impressed customers, while work engagement factors led to employees' enthusiasm, dedication, and pride in their work, leading employees to provide services with happiness. The results of the research indicated that emotional intelligence and work engagement have a positive relationship with employee service performance. Therefore, executives and supervisors should focus on developing emotional intelligence and work engagement to gain a competitive advantage.

Keywords: Emotional Intelligence, Work Engagement, Service Performance

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารหรือหุ่นยนต์บริการ ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งมีการแข่งขันสูงทั้งจากธุรกิจเดียวกันและธุรกิจที่พัวพันในรูปแบบอื่น (พุทธชาติ ลุนคำ, 2565) อย่างไรก็ตามจากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั่วโลกพบว่าถึงแม้เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทสำคัญ แต่ไม่สามารถเข้ามาทดแทนมนุษย์ได้ โดยนักท่องเที่ยวยังคงต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลเพื่อเชื่อมต่อกับความรู้สึกและอารมณ์ที่ตอบสนองในรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ซึ่งไม่สามารถแทนที่ได้ด้วยเทคโนโลยีหรือหุ่นยนต์ (Cognard, 2019)

ด้วยเหตุนี้พฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานส่วนหน้า (Frontline) ผู้ซึ่งมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุดจึงต้องแสดงออกถึงความเป็นมิตรด้วย ความเห็นอกเห็นใจ ความเข้าใจ และสร้างรอยยิ้มเพื่อส่งมอบให้ลูกค้าได้ในทุกเวลา ไม่ว่า ณ ขณะนั้นผู้ให้บริการจะอยู่ในความรู้สึกแบบใดก็ตาม รอยยิ้มที่มอบให้ลูกค้าจะต้องมาจากความจริงใจไม่ใช่ด้วยการปรุงแต่งขึ้น (Sukhragcha, Munkhuu & Badarch, 2021) ดังนั้นความฉลาดทางอารมณ์ ซึ่งเป็นทักษะความสามารถในการควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น ความสามารถในการประเมิน วิเคราะห์และแยกแยะ ความรู้สึกและอารมณ์ต่าง ๆ และนำข้อมูลที่ได้มาให้เป็น

แนวทางในการไตร่ตรองและแสดงออกซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ จึงถือเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่สำคัญของพนักงานส่วนหน้า (Sayed, Proches, & Sayed, 2021)

นอกจากนี้พนักงานบริการถือเป็นแรงงานทางอารมณ์ (Biron & Van Veldhoven, 2012) ซึ่งต้องปฏิบัติงานภายใต้กฎระเบียบขององค์กรที่ให้พนักงานแสดงออกทางอารมณ์ตามที่องค์กรกำหนด ซึ่งความกดดันนี้ส่งผลให้พนักงานเกิดความเหนื่อยล้าทั้งทางด้านจิตใจและทางกายภาพและนำไปสู่ความอ่อนล้าทางอารมณ์ (Iqbal, Mirza, Sajid & Adeel, 2018; Jeung, Kim & Chang, 2018) และเพื่อเป็นการป้องกัน การกระตุ้นความผูกพันในงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะความผูกพันในงานคือสภาวะทางอารมณ์เชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับงาน ดังนั้นมันจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ใช้ในการป้องกันพนักงานในการนำไปสู่ความอ่อนล้าทางอารมณ์ (Schaufeli, Salanova, González-Romá, & Bakker, 2002) และเนื่องด้วยงานวิจัยที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องดังกล่าวยังมีอยู่จำกัด โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี ดังนั้น จึงส่งผลให้มีความจำเป็นต้องหาข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อยืนยันว่า ความฉลาดทางอารมณ์ และความผูกพันในงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริการซึ่งผลวิจัยเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บังคับบัญชา ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาบุคลากร เช่น การกำหนดหัวข้อการจัดอบรมเพื่อสร้างความฉลาดทางอารมณ์ เพื่อให้พนักงานภายใต้การบังคับบัญชาตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการ ทำความเข้าใจ อารมณ์และความรู้สึกของทั้งตนเองและผู้อื่น (ลูกค้า เพื่อนร่วมงาน) ซึ่งนอกจากจะพัฒนาการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าแล้ว ผลการวิจัยยังช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงานด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้ในการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของงานทางด้านการบริการ รวมถึงการคัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งงานทางด้านการบริการ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อค้นหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

ประสิทธิภาพการบริการ

Utin and Yosepha (2019) กล่าวว่า ประสิทธิภาพคือคุณภาพและปริมาณของความสำเร็จในการทำงานที่กำหนดให้พนักงานต้องทำให้เสร็จตามลักษณะงานในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับ Singh, Verbeke and Rhoads (1996) ที่ระบุว่าผลการปฏิบัติงานของพนักงานคือระดับที่บุคคลจะปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย ในขณะที่ Jewell and Siegall (1990) มองว่าประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานเป็นผลจากระดับที่พนักงานขององค์กรได้บรรลุภารกิจในการทำงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจขององค์กร โดยที่ Dakhoul (2018) อธิบายว่าประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นผลลัพธ์โดยรวมของทักษะ ความพยายาม และความสามารถของพนักงานทุกคน ซึ่งนำมารวมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

อย่างไรก็ดี ในภาคกรบริการการกำหนดประสิทธิภาพของพนักงานนั้นแตกต่างออกไป เนื่องจากในการให้บริการมีความเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดค่าจำกัดความของประสิทธิภาพของพนักงาน (Liao & Chuang, 2004) Bowen and Schneider (1988) อธิบายลักษณะการบริการว่า เป็นผลลัพธ์ที่มองไม่เห็นจับต้องไม่ได้ แต่เป็นผลลัพธ์ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้อง

กับการมีส่วนร่วมของลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดการบริโภคและการผลิตในเวลาเดียวกัน โดยที่พฤติกรรมของพนักงานมีบทบาทสำคัญในการกำหนดการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ดังนั้นประสิทธิภาพในการให้บริการจึงหมายถึง พฤติกรรมการให้บริการและการช่วยเหลือลูกค้าของพนักงาน (Liao & Chuang, 2004)

ความฉลาดทางอารมณ์

Salovey and Mayer (1990) ได้ให้ความหมายความฉลาดทางอารมณ์ไว้ว่า คือความสามารถอันได้แก่ ความสามารถในการควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น ความสามารถในการประเมินวิเคราะห์และแยกแยะ ความรู้สึกและอารมณ์ต่าง ๆ และนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการไตร่ตรองและแสดงออกซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ ในปัจจุบันความฉลาดทางอารมณ์ได้รับความสนใจจากนักวิจัยเชิงวิชาการเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากอารมณ์และความรู้สึกถูกมองว่าเป็นแหล่งที่มาของพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าพอใจหรือผลลัพธ์ไม่พึงปรารถนาได้ (Kim, Kim, Rhee, Lee, Jeong, Lee & Park, 2022) บุคคลที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงสามารถเข้าใจและแสดงออกถึงอารมณ์ของตนเอง รับรู้อารมณ์ของผู้อื่น ควบคุมผลกระทบ และแสดงออกทางอารมณ์เพื่อใช้ในการปฏิสัมพันธ์และปรับพฤติกรรมของตนในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (Moopayak, Udomphanthurak, Kanyapattanaporn, Sangchan & Kaesornsamut, 2015)

ความผูกพันในงาน

Schaufeli et.al (2002) ได้ให้ความหมายความผูกพันในงานว่า สถานะทางจิตใจเชิงบวกที่ได้รับการเติมเต็มซึ่งสัมพันธ์กับการทำงาน โดยผู้ที่มีความผูกพันในการทำงานจะมีลักษณะ 3 ด้าน คือ ด้านความกระตือรือร้น ด้านการทุ่มเทอุทิศตน และด้านการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงาน ด้านความขยันขันแข็ง (Vigor) หมายถึง ระดับพลังงานและความและความยืดหยุ่นทางจิตระดับสูงในขณะปฏิบัติงาน มีความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามในการทำงานของตน และมีความอดทนในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญกับความยากลำบาก ด้านการอุทิศตนให้กับงาน (Dedication) เกี่ยวข้องกับความรู้สึกถึงการมีคุณค่าและความหมาย ความกระตือรือร้น แรงบันดาลใจ ความภาคภูมิใจ และความท้าทาย ด้านการเป็นส่วนหนึ่งกับงาน (Absorption) เกี่ยวกับการมีสมาธิจดจ่ออยู่กับงานของตนอย่างมีความสุข ทำให้รู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วขณะทำงาน ซึ่งเมื่อพนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงานของตน การนำพาตนเองออกจากงานนั้นจึงเป็นเรื่องยาก

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenology) ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายความหมาย (Meaning) ที่มาจากประสบการณ์ของบุคคล ที่มีต่อแนวคิดหรือปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งในการศึกษานี้ คือ ประสบการณ์เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานที่เชื่อมโยงกับความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงานของพนักงานโรงแรม

สำหรับการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ในขั้นแรกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) ตามแนวคิดของ (Charmaz, 2012) ซึ่งเป็นกระบวนการเก็บข้อมูลที่มุ่ง ก่อให้เกิดทฤษฎีโดยไม่มีกำหนดไว้ล่วงหน้าจากกลุ่มประชากร โดยเลือกธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี กำหนดเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ขึ้นไป รวมทั้งสิ้น 4 แห่ง โดยเลือกตามความสมัครใจของผู้บริหารโรงแรมและผู้บังคับบัญชาของพนักงานบริการส่วนหน้าแต่ละแผนก จากนั้นจึงเลือกบุคคลผู้ที่จะให้ข้อมูลด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักจะต้องมีตำแหน่งเป็นผู้บังคับบัญชาโดยตรงของพนักงานส่วนหน้า และปฏิบัติงานในตำแหน่งดังกล่าวไม่ต่ำกว่า 1 ปี ขึ้นไป ตามแนวคิดของ Cresswell (2018) ระบุจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ควรอยู่ที่ 3 – 10 คน หรือจนกว่าข้อมูลอิ่มตัว ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ได้กำหนดว่าจำนวนผู้ให้ข้อมูลใน

การศึกษาปรากฏการณ์ควรมีจำนวน 10 คน ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเกินเกณฑ์ที่กำหนดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 14 คน จึงหยุดเมื่อข้อมูลมีการอิ่มตัว

ในส่วนของเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แนวทางการสัมภาษณ์และตัวผู้วิจัย โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) เพื่อให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ตามวิธีการของ Yin (2018) โดยออกแบบคำถามจากศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทความ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการทั้งในและต่างประเทศ โดยจำแนกเป็นคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ (Experience) ความคิดเห็น (Opinion) ความรู้สึก (Feeling) ความรู้ (Knowledge) และพื้นหลังของผู้ให้ข้อมูล (Background of The Key Informants) เช่น “พนักงานได้แสดงถึงการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของตนเองขณะปฏิบัติงานมากน้อยเพียงใด โปรดอธิบาย” และ “พนักงานได้แสดงถึงความมุ่งมั่น ทุ่มเทอุทิศตนในการทำงานมากน้อยเพียงใด โปรดอธิบาย” การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามทั้งหมดทุกชุดมีค่าเกิน 0.50 ซึ่งพบว่า มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1 ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบดั้งเดิม (จำเนียร จวงตระกูล และ นวสันต์ วงศ์ ประสิทธิ์, 2562) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. อ่านข้อมูลจากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด
2. ค้นหาข้อความสำคัญ (Significant Statement)
3. กำหนดความหมาย (Meaning) จากข้อความสำคัญ
4. นำความหมายที่ได้มาจัดกลุ่มเป็นหัวข้อเรื่อง (Themes)
5. นำผลที่ได้ทั้งหมดมาจัดทำเป็นคำบรรยายปรากฏการณ์ (Exhaustive Description) ที่มีการแสดงถึงโครงสร้างสำคัญ (Essential Structure) ของปรากฏการณ์นั้น

ส่วนการสร้างที่น่าเชื่อถือให้กับผลการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบรอบทิศ (Data Triangulation) ตามแนวทางของ Carter, Bryant-Lukosius, DiCenso, Blythe, and Neville (2014) โดยจะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ ว่ามีความเหมือนกันหรือไม่รวมทั้งเก็บรวบรวมเอกสารทั้งหมดเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องและความถูกต้องของข้อมูลตั้งแต่เริ่มทำการวิจัย (Audit Trail) ประกอบกัน นอกจากนี้ จะมีการตรวจทานข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) ด้วยการส่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้ตรวจสอบด้วยตนเองอีกครั้งก่อนการนำไปสรุปผล สำหรับจรรยาบรรณในการวิจัย แบบแนวทางการสัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 14 คน เมื่อวิเคราะห์ตามวิธีวิเคราะห์ข้อมูลที่กล่าวข้างต้น ได้ผลการวิเคราะห์ตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาต่อความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงาน

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเภทข้อมูล (Categories)	รหัส (Codes)	ตัวอย่างการสัมภาษณ์
ความฉลาดทางอารมณ์	การเข้าใจอารมณ์ และความรู้สึกของ ตนเอง	1.การรับรู้ถึงอารมณ์ของ ตนเอง	Sup 8 “ในส่วนแผนกแม่บ้านเราอะ เขาค่อนข้างที่จะมองเห็นตัวเองค่อนข้างที่จะชัดเจน”
		2. การจัดการอารมณ์ ของตนเอง	Sup 1 “ความรู้สึก เขาก็จะเข้าใจตัวเองระดับนึง แต่ไม่ได้สูงมาก แล้วก็ไม่ได้ต่ำมาก เพราะเขาก็จะมีการรู้อยู่แล้วถึงตารางการทำงานของเขาว่าเขาจะต้องทำอะไร อย่างไร ทุกคนเขาก็จะ เมเนจอารมณ์ของเขาได้”
		3. การปรับอารมณ์ให้ พร้อมกับการ ปฏิบัติงาน	Sup 7 “ก่อนที่จะเริ่มงานเราต้องทดสอบดูเขาก่อน ว่าวันนี้เขามีความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน มากน้อยแค่ไหน ส่วนใหญ่ที่สังเกตดูก็ ส่วนใหญ่ทุกคนตอนเช้าก็จะมีความพร้อม มีความ Alert ทุกคนเต็มร้อยครับที่จะปฏิบัติงาน”
	การเข้าใจอารมณ์ และความรู้สึกของ ผู้อื่น	1. การสังเกตสีหน้า แววตา และ พฤติกรรมผู้อื่น	Sup 1 “เขาค่อนข้างที่จะเข้าใจอารมณ์ผู้อื่นได้มาก อย่างเช่นบางครั้งเขาไปทำความสะอาด ห้อง เขาก็จะเข้าใจลูกค้าคนนี้ ดีเทลแบบนี้ ชอบแบบนี้ ไม่ชอบแบบนี้โดยที่ลูกค้าไม่ได้พูดแต่ เขาใช้การสังเกตครับ” Sup 6 “วันนี้หัวหน้าอารมณ์ไม่ดีนะ เข้าให้น้อยๆหน่อย ไม่จำเป็นไม่ต้องเข้า โผล่ไปให้เห็น เพราะเมื่อวานมีเคส วันนี้จะไม่เข้าไปให้เห็นแต่ถ้าวันนี้ หัวหน้ายิ้มมาแต่ไกล วันนี้เข้าไปทั้งวัน เลย หัวหน้าชมทั้งวัน ประมาณนั้น”
		2. การทำความเข้าใจ อารมณ์และ ความรู้สึกของผู้อื่น	Sup 8 “บางครั้งอะเราก็ต้องเรียนรู้ว่าเฮ้ยเขาอยู่ในสถานการณ์แบบไหนเพื่อนอยู่ในอารมณ์ ไหน จะเข้าหาแบบไหน โดยเฉพาะกับลูกค้าต้องการอะไร”

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเภทข้อมูล (Categories)	รหัส (Codes)	ตัวอย่างการสัมภาษณ์
ความฉลาดทางอารมณ์ (ต่อ)	การควบคุมอารมณ์ และความรู้สึกของ ตนเอง	1. การแสดงออก	Sup 9 “คือความเป็นจริงเลยเนอะ อาจจะโดนลูกค้ามี comment มาประมาณหนึ่งนะครับ แต่ก็ไม่แสดงออกนะตรงนั้น แล้วก็มาพูดคุยกันหลังบ้าน”
		2. การควบคุมอารมณ์	Sup 5 “อันนี้พูดตามแฟคเลยนะคะ อย่างเช่นน้องบางคนอะ เหมือนกับเขาไม่ไหวแล้วอะไร อย่างนี้เขาก็จะมีวิธีการควบคุมของเขาด้วยวิธีการ ขออนุญาตคะคุณลูกค้า แล้วไปเปลี่ยนให้อีกคนมาแทน”
ความผูกพันในงาน	ความกระตือรือร้น	1. ความพร้อมในการทำงาน	Sup 3 “พนักงานของเราด้วยความที่ว่าบางคนก็มีความกระตือรือร้นให้เห็น อย่างเช่นว่าพร้อมที่จะมาทำงานและพร้อมทุ่มเทให้กับการทำงานใหม่ ใช่ อันนั้นคือเห็นด้วยจริง”
		2. การตอบสนองต่อ งานด้วยความ รวดเร็ว	Sup 3 “เวลาพูดถึงการสั่งงานจะได้รับงานเขาจะมีความรู้สึกว่าเขาจะรีบไปดูหน้างานและรีบทำงานติดขัดยังงี้ก็โทรมาคุ้ยหาหรือไม่ก็ปรึกษาซัพเปอร์ความกระตือรือร้นในการทำงาน ว่าหนึ่งสองสาม ได้ไหม ไม่ได้ทำยังไง”
		3. ความรับผิดชอบใน หน้าที่ของตนอย่าง เคร่งครัด	Sup 4 “ผมว่าถ้าอย่างที่เราเห็นมาก็คือค่อนข้างที่จะมากนะประมาณ 70 ถึง 80% ได้ ในแต่ละโปรเจกก็คือเขาจะทำเองได้ แบบว่าคนเนี่ยจะต้องรับผิดชอบอะไร”
	ความมุ่งมั่น ทุ่มเท และอุทิศตน	1. ความมุ่งมั่น	Sup 7 “บางงานเนี่ย เรามองดูแล้วมันจบบาก หมายถึงว่าบางเคสเนี่ยมันไม่สามารถจบได้ในช่วงเวลาที่เขาทำงานหรือปฏิบัติงานอยู่ อย่างเช่น 8-6 โมง งานตัวเนี่ยยังงี้ก็ไม่จบ แต่เขาจะมีความมุ่งมั่นที่จะเอางานตัวนี้อาให้จบ เพื่อที่ว่าเพื่อนรอบต่อไปจะได้ไม่ต้องรับผิดชอบ โดยไม่คำนึงถึงเวลาที่เขาจะต้องเสียไป”

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเภทข้อมูล (Categories)	รหัส (Codes)	ตัวอย่างการสัมภาษณ์
ความผูกพันในงาน (ต่อ)		2. ความทุ่มเทให้กับงาน	Sup 8 “แล้วของแผนกแม่บ้านยังไม่เคยเห็นใครที่แบบว่าทิ้งงานหรือว่าหนึ่งงานหรือว่าปิดความรับผิดชอบเวลาที่โดนมอบหมายงาน เราก็เลยค่อนข้างมีความรู้สึกว่า เอ้ย เขาก็เต็มทีกับของเขา”
		3. การอุทิศตนให้กับงาน	Sup 9 “พอถึงเวลาที่เราขอความร่วมมือหรือสมมติว่าวันหยุดเจ็ย ลูกค้าเรามี urgent เพราะงานเราเป็น operation ก็คืองานค่อนข้างที่จะแบบ เช่น วันนี้มี ไม่มี วันพรุ่งนี้มีมาอย่างนี้เป็นต้น ขอมาก่อนได้ไหม เขาก็พร้อมที่จะให้ความร่วมมือเลย”
	ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงาน	1. ความเต็มใจช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน	“บางคนก็คือช่วยเหลืองานโดยไม่คิดว่าต้องมาลงเป็นโอทีประมาณนั้น บางทีมีปัญหาวันหยุดรบกวนเข้ามาช่วยงานหน่อย ก็มา”
		2. การมีสมาธิจดจ่อกับงาน	Sup 6 “มีนะคะ ลืมไปเลยว่าต้องกลับบ้านแล้วก็มีคะ เด็กบางคนก็แบบเออหนึ่งจนแบบเหมือนคุณพ่อมารับก็ยังมีลืมนะว่าต้องกลับบ้านแล้วอย่างงี้ก็มีคะ”
		3. การคำนึงถึงงานของตนเองตลอดเวลา	Sup 1 “ดังนั้นความรู้สึกที่เขาส่งมาค่อนข้างมากนะครับ เรื่องการดูแล ส่งต่อมาให้เราทำ เมื่อเขารู้สึกว่าไม่โอเคไม่มีการแก้ไข ความรู้สึกการทำงานของเขาจะดริบลงมาก เพราะเขารู้สึกว่ามันเจอปัญหา ส่งปัญหามาแล้วปัญหาไม่ได้รับการแก้ไข พรุ่งนี้ก็เจออีก เค้าจะรู้สึกใหม่ว่าเป็นการที่ไม่อยากทำงานเลย แต่ถ้าเกิดสมมุติจะส่งปัญหามาให้เรา แล้วเราแก้ไขให้เขา มันจะทำให้เค้ารู้สึกว่ามันเกิดขึ้น”

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเภทข้อมูล (Categories)	รหัส (Codes)	ตัวอย่างการสัมภาษณ์
ความผูกพันในงาน (ต่อ)		4. การรักในงานที่ทำ	Sup 8 “เท่าที่เห็นที่เด่นชัดที่สุดเขาแสดงออกถึงเขาจะรักเขาจะห่วงแหนในพื้นที่ของเขา แผนกแม่บ้านเราจะแบ่งชั้นแบ่งฟลอร์ มีรถทำความสะอาดเป็นของตัวเอง บางครั้งเรามีความรู้สึกว่า เอ้ย เขาเหมือนมีการแข่งขันกันเล็กๆคือฉันอยากให้แผนต้ออยากให้ฟลอร์ฉันสะอาด นั้นมันน่าจะบ่งชี้ได้ชัดเจนว่า เออ เขาก็รักในหน้าที่ของเขานะ รักในงานรักในส่วนหน้างานของเขา”
ผลการบริการ	ประสิทธิภาพการบริการ	1.การบริการที่เป็นมิตร	Sup 10 “พวกเราเป็นพนักงานบริการในการบริการแต่ละครั้งเราจะทำอย่างไรให้ลูกค้าพึงพอใจอย่างแรกเลยพวกคุณต้องยิ้มแย้มแจ่มใสพูดจาทักทายลูกค้า ถึงแม้จะพูดภาษาอังกฤษหรือทำอะไรไม่ได้พูดภาษาไทยไปเลยเดี๋ยวนี้หลายคนเข้ามาเที่ยวเมืองไทยเค้าเข้าใจภาษาไทยแล้วว่า คำว่าสวัสดีครับ สวัสดีค่ะ มันเป็นคำทักทาย”
		2.การให้ความช่วยเหลือ	Sup 1 “ช่วยเหลือได้ครับ แม้เขาจะไม่เก่งภาษาเลยแต่อย่าลืมนะภาษาที่ดีที่สุดในโลกเราคือภาษากาย” Sup 6 “เพราะอย่างที่บอก ถ้าลูกค้ามา หิวกระเป๋ ทางโรงแรมเราจะมีลิฟท์น้อย ทำให้ลูกค้าต้องขึ้นบันได แค่ลูกค้าหันมามองพี่เมท พี่เมทก็วิ่งเข้าไปเลยคะ เราจะสอบถามลูกค้าทันทีว่ามีอะไรให้ช่วยไหมคะ”
		3.การบริการที่สุภาพ	Sup 4 “ครับคือในส่วนในเรื่องของเรื่องความสุภาพ ต้องมาเป็นอันดับหนึ่งอยู่แล้ว เราเป็นพนักงานบริการเราก็ต้องมีความสุภาพ”
		4.การให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	Sup 8 “เพราะว่าความรู้ภายในโรงแรม เกี่ยวกับ product ก็คือการขายของ ๆ เรายี่แหละ ก็แผนกอีกแหละคะ ต้องทำยังไงบอกเขา ก็อย่างเหมือนเพิ่งผ่านไปเมื่อวาน เราก็เพิ่งมีการ refreshing training ต่าง ๆ ว่า ภายในโรงแรมเรามีอะไร อย่างน้อย ๆ เขาไม่ได้รู้ 100% แต่สิ่งหนึ่งที่มันเกี่ยวกับแผนกแม่บ้านสามารถบอกลูกค้าได้ แล้วก็ถ้าสมมติว่ากรณีที่บอกไม่ได้จริง ๆ ควรจะไปตรงจุดไหน ให้ลูกค้าไปตรงจุดไหน เพื่อที่จะได้ไม่เสียความรู้สึกว่า ทำไมเธอตอบไม่ได้”

จากตารางที่ 1 เมื่อนำบทสัมภาษณ์มาวิเคราะห์กำหนดรหัส (Code) ประเภทข้อมูล (Category) และประเด็นหลัก (Theme) พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานส่วนหน้า สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ความฉลาดทางอารมณ์

การแสดงออกถึงการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของตนเองประกอบด้วย การรับรู้ถึงอารมณ์ของตนเอง การจัดการอารมณ์ของตนเอง และการปรับอารมณ์ให้พร้อมกับการปฏิบัติงาน โดยด้านการรับรู้ถึงอารมณ์ของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนเห็นตรงกันว่าผู้ได้บังคับบัญชาของตนมีการรับรู้ถึงอารมณ์ของตนเองว่าอยู่ในอารมณ์ใด มีความรู้สึกเช่นไรในขณะปฏิบัติงาน โดยพนักงานจะมีการจัดการอารมณ์ของตนเอง ตัวอย่างเช่น เมื่อต้องเผชิญกับลูกค้าที่มีความต้องการสูง พนักงานจะรู้ตัวเองดีว่า ตัวเองกำลังจะทนไม่ไหว จึงขอตัวออกจากสถานการณ์ดังกล่าว ก่อนที่จะหลุดแสดงพฤติกรรมอันไม่เหมาะสม โดยให้เพื่อนร่วมงานที่มีความพร้อมมากกว่าเข้ามาช่วยรับช่วงต่อ ส่วนตัวพนักงานจะพยายามจัดการกับอารมณ์ที่เกิดขึ้น ณ ตอนนั้น ด้วยการระบายให้ผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงาน ก่อนปรับอารมณ์ให้เข้าสู่สภาวะปกติให้รวดเร็วที่สุด

การเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลหลักทุกแผนกกล่าวว่า ผู้ได้บังคับบัญชาของตนมีการรับรู้และแสดงออกถึงการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่นในขณะปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี โดยใช้วิธีการสังเกตจากสีหน้า แววตา และพฤติกรรมผู้อื่น และการทำความเข้าใจกับอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น โดยพนักงานผู้ให้บริการจะสังเกตลูกค้า เพื่อนร่วมงาน หรือแม้แต่ตัวหัวหน้าของตนเองด้วยการดูจากสีหน้า แววตา และน้ำเสียง หรือพฤติกรรมอื่น ๆ ที่แสดงออกมา ณ ขณะเวลาที่ต้องเผชิญหน้ากัน เมื่อรู้ว่าคุณค่าหรือเพื่อนร่วมงานอยู่ในอารมณ์ใด พนักงานจะพยายามทำความเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ตรงหน้าและรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวด้วยวิธีการที่เหมาะสม แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับอายุและประสบการณ์ของพนักงานเช่นกัน จากการสัมภาษณ์พบว่า พนักงานที่อยู่ระหว่าง Gen X และผ่านประสบการณ์ชีวิตมากกว่า จะมีความเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่นได้ดีกว่า และมีความไวต่อความรู้สึกและอารมณ์ที่ผู้อื่นส่งมาได้มากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อยและมีประสบการณ์น้อย

การควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองในขณะปฏิบัติงานของพนักงานพบว่า ประกอบด้วย การเก็บอารมณ์และความรู้สึก และการควบคุมพฤติกรรม จากการสัมภาษณ์พบว่าพนักงานบริการส่วนหน้าต้องทำงานใกล้ชิดและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้านั้น ตระหนักและรับรู้ถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากตัวพนักงานไม่สามารถควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองได้ ดังนั้นทุกครั้งหากมีกรณีที่ต้องพบเจอปัญหากับลูกค้า พนักงานจะพยายามเก็บอารมณ์และความรู้สึกเอาไว้ให้ลึกที่สุด โดยการควบคุมพฤติกรรมของตนเองด้วยการพยายามไม่แสดงออกทั้งทางสีหน้าและแววตา และพยายามหาทางออกที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

ผลการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่า พนักงานในอุตสาหกรรมบริการโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม ต่างตระหนักดีว่า งานที่ตนทำเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งต้องเผชิญและต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีความหลากหลายทั้งทางเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรม ดังนั้นในทุกวันก่อนเริ่มต้นการทำงานพนักงานจะต้องจัดการกับความรู้สึกของตนเอง โดยไม่ว่าจะออกจากบ้านมาที่ทำงานด้วยอารมณ์ใดก็ตาม พนักงานจะต้องปรับอารมณ์ของตนเองให้พร้อมในการให้บริการลูกค้าเสมอ ส่วนการทำความเข้าใจถึงอารมณ์และความรู้สึกของลูกค้าขณะปฏิบัติงานเป็นเรื่องที่พนักงานบริการต้องคำนึงถึงตลอดเวลาเช่นกัน เพราะการรับรู้ว่าคุณค่าในช่วงเวลานั้น ๆ ลูกค้าอยู่ในอารมณ์หรือมีความรู้สึกเช่นไร จะทำให้พนักงานสามารถนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ในด้านการควบคุมอารมณ์เป็นเรื่องที่สำคัญมากกับงานบริการ โดยพนักงานที่ปฏิบัติงานใกล้ชิดกับลูกค้าจะทราบถึงผลที่ตามมา หากตนไม่สามารถควบคุมอารมณ์หรือความรู้สึกเอาไว้ได้

ความผูกพันในงาน

การแสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีความกระตือรือร้นจะมีความพร้อมในการทำงาน มีการตอบสนองต่องานที่ได้รับมอบหมายอย่างรวดเร็ว และมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนอย่างเคร่งครัด จากการสังเกตผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นว่า เมื่อได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบ พนักงานจะรีบตรงไปยังจุดที่ได้รับมอบให้อยู่ในความดูแล เพื่อทำความเข้าใจ และมีการขอคำปรึกษาในกรณีที่เกิดปัญหาที่ตนไม่อาจแก้ไขได้หรือเกินอำนาจการตัดสินใจ

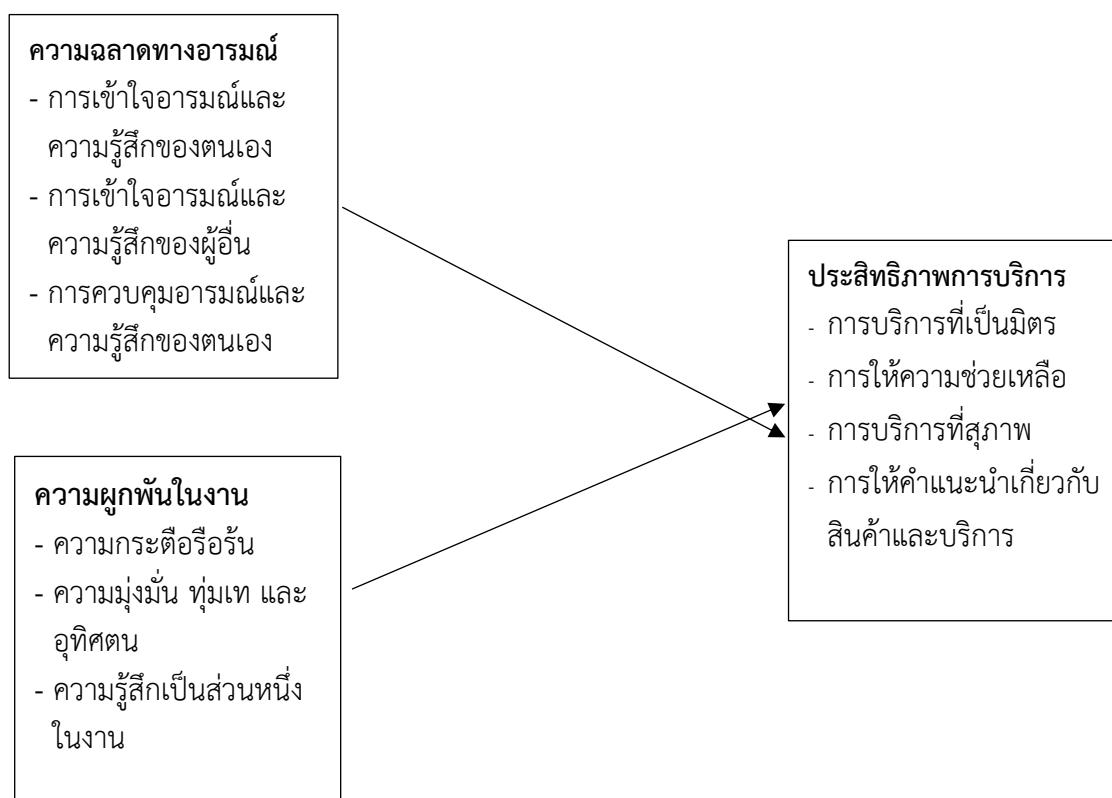
ด้านความมุ่งมั่น จากความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า พนักงานมีความพยายามที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ประสบผลสำเร็จ ไม่ว่างานที่ได้รับมอบหมายนั้นจะยากหรือใช้ระยะเวลานานในการทำ บรรลุเป้าหมายก็ตาม ส่วนในด้านความทุ่มเทและอุทิศตนสามารถเห็นได้จากการเสียสละ เช่น ในกรณีที่แผนกมีการร้องขอความช่วยเหลือ ถึงแม้จะเป็นวันหยุดแต่ผู้ได้บังคับบัญชาก็ยังเต็มใจที่จะให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่เพื่อช่วยให้งานของแผนกสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยถึงแม้จะต้องมาทำงานในวันหยุดของตนเองก็ตาม ซึ่งบางครั้งเป็นการช่วยงานโดยไม่ได้อำนาจตอบแทนใด ๆ ทั้งสิ้น แต่พนักงานก็ยังทำงานด้วยความเต็มใจอย่างเต็มที่

ในด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงาน ผลการวิเคราะห์พบว่าพนักงานที่มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงานจะมีความเต็มใจช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ทำงานด้วยใจ มีสมาธิจดจ่อกับงาน ระลึกถึงงานของตนอยู่ตลอดเวลาถึงแม้จะอยู่นอกเวลางาน และเกรงว่างานซึ่งเป็นหน้าที่ของตนอาจออกมาไม่มีประสิทธิภาพ หากตัวพนักงานไม่ได้เป็นผู้ดูแลจัดการงานเหล่านั้นด้วยตนเอง และที่สำคัญไปกว่านั้น จากการวิเคราะห์พบว่าพนักงานที่มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของงานจะมีความรักและความรู้สึกภาคภูมิใจในงานที่ตนทำ หากพบปัญหาในงานจะเร่งแก้ไขหรือหากปัญหาที่ต้องเผชิญอยู่เหนือการควบคุมก็จะมีแรงจูงใจให้ผู้บังคับบัญชาทราบในทันที และจะรู้สึกไม่พอใจหากปัญหาดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไขหรือถูกมองข้ามจากผู้บังคับบัญชา

ประสิทธิภาพการบริการของพนักงาน

จากตารางที่ 1. แสดงให้เห็นว่า การให้บริการที่เป็นมิตร ปฏิบัติกับลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยความสุภาพนอบน้อม คอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า รวมถึงการให้คำแนะนำ เสนอสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ถือเป็นที่น่าสนใจไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าถือเป็นกุญแจสำคัญของงานบริการ ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงและความอยู่รอดของโรงแรม ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจให้บริการที่พักแก่นักเดินทาง ซึ่งมีการนำเสนอสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกันนั้นคือสถานที่ บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมของที่พักราคา แต่สิ่งที่ทำให้โรงแรมหนึ่งแตกต่างจากอีกโรงแรมหนึ่งซึ่งมีทุกอย่างเหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ คือ การให้บริการของพนักงาน โดยทั้งความพึงพอใจและความต้องการกลับมาพักซ้ำของลูกค้าจะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าสัมผัสถึงพฤติกรรมบริการที่เป็นมิตร ความนอบน้อม การใส่ใจ ซึ่งทั้งหมดนี้จะต้องเป็นการแสดงออกมาจากใจอย่างแท้จริง มิใช่การปรุงแต่งตามหน้าที่ ดังนั้นการปลูกฝังพนักงานในเรื่องของพฤติกรรมแสดงออกกับลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะความเป็นมิตร ความสุภาพ รวมถึงการแสดงออกถึงความใส่ใจและความพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าในทุกสถานการณ์ถือเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความประทับใจที่เกิดกับผู้รับบริการของโรงแรม

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการได้ดังนี้



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการ

จากภาพที่ 1 สามารถสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง ความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการได้ดังนี้

ความฉลาดทางอารมณ์มีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพการบริการของพนักงาน เพราะการที่พนักงานจะให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้นั้น พนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการจะต้องรับรู้และทำความเข้าใจถึงอารมณ์และความรู้สึกของลูกค้าก่อนเป็นอันดับแรก ซึ่งจะช่วยให้การทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นไปได้ง่ายขึ้น เพราะบางครั้งพนักงานสามารถรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าได้โดยผ่านการสังเกต โดยไม่จำเป็นต้องเอ่ยปากถาม และนั่นยังเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี เพราะแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ที่พนักงานมีให้กับลูกค้า นอกจากนี้การควบคุมอารมณ์และการแสดงออกของพนักงาน ณ ขณะปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าถือเป็นเรื่องสำคัญมากในการให้บริการ พนักงานที่สามารถควบคุมอารมณ์ไว้ภายในไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใด และแสดงออกต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมชาติจะช่วยให้บรรยากาศระหว่างปฏิสัมพันธ์เป็นไปอย่างราบรื่น และลดผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นในความทรงจำของผู้รับบริการ

ด้านความผูกพันในงาน ผลการวิจัยพบว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการเป็นอย่างมากเช่นกัน เพราะการที่พนักงานมีความผูกพันในงานจะก่อให้เกิดความกระตือรือร้น พร้อมทั้งจะให้บริการในทุกสถานการณ์ ความมุ่งมั่นทุ่มเท และอุทิศตนให้กับงาน นอกจากนี้พนักงานที่ผูกพันในงานจะมีความรักและภาคภูมิใจในงาน ซึ่งเป็นความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในงานที่ตนรับผิดชอบ เมื่อมีความรู้สึกเช่นนี้จะทำให้พนักงานเกิดความพยายามที่จะบริการลูกค้าให้ดีที่สุด และเกิดข้อผิดพลาดขณะบริการให้น้อยที่สุด ทั้งนี้ไม่ใช่เพราะ

กลัวกับบทลงโทษ แต่เพราะเกิดจากความต้องการของตัวพนักงานเองที่ปรารถนาให้การบริการเป็นไปโดยสมบูรณ์แบบที่สุด

อภิปรายผล

ผลการศึกษาความคิดเห็นเชิงลึกของผู้บังคับบัญชาของพนักงานส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรี พบว่าความสัมพันธ์ของข้อค้นพบได้ว่า ความฉลาดทางอารมณ์ ด้านความผูกพันในงาน และด้านประสิทธิภาพการบริการมีความสัมพันธ์กัน โดยด้านความฉลาดทางอารมณ์ และด้านความผูกพันในงานส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานส่วนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบจากนักวิชาการหลายท่านที่ให้ข้อมูลเชิงประจักษ์ว่า ปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์และปัจจัยด้านความผูกพันในงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริการของพนักงาน (Khanguraa, Kaurb, & Rana, 2023; Sahmuddin, Siregar, & Hanum, 2022; Onyeonoro, Anyanwu, Ohwobevughe, & Onyeonoro, 2023; Sumaneeva, Karadas, & Avci, 2021) โดยพนักงานที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะสามารถประเมินและทำความเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของทั้งตนเองและผู้อื่น รวมถึงสามารถควบคุมอารมณ์และพฤติกรรมที่จะแสดงต่อลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานบริการส่วนหน้ากับผู้เข้าพักในโรงแรมได้เป็นอย่างดี ดังที่ Şahin and Işık (2020) และ Knežević et.al (2021) กล่าวไว้ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นอีกว่าพนักงานที่มีความผูกพันในงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริการของพนักงานบริการส่วนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงประจักษ์ของ Sumaneeva et.al (2021) เพราะพนักงานที่มีความผูกพันในงาน เนื่องจากพนักงานที่มีความผูกพันในงานจะมีความกระตือรือร้น มุ่งมั่นทุ่มเท และมีความรักในงานที่ทำ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ทำให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ มีการใส่ใจเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้มีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าซึ่งปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรี โดยความฉลาดทางอารมณ์และความผูกพันในงานส่งผลกระทบท่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานส่วนหน้า พนักงานบริการส่วนหน้าเป็นพนักงานที่อยู่ในส่วนที่ต้องใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นพนักงานจะต้องมีความอ่อนไหวต่อความรู้สึกและความต้องการของผู้เข้าพักได้ และควรแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ นอกจากนี้การบริการด้วยความเต็มใจและคำนึงถึงความพึงพอใจต่อลูกค้าตลอดเวลาจึงเป็นสิ่งจำเป็น ดังนั้นผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์และความผูกพันในงาน เช่น การจัดคอร์สอบรมทักษะความฉลาดทางอารมณ์ให้กับพนักงานบริการส่วนหน้า เพื่อเสริมสร้างทักษะและให้พนักงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของความฉลาดทางอารมณ์ ส่วนการสร้างความผูกพันในงาน ทางผู้บริหารสามารถใช้การสร้างแรงจูงใจ อาทิเช่น การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การชมเชย และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี ทั้งนี้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เอกสารอ้างอิง

จำเนียร จวงตระกูล และนวิสนันท์ วงศ์ประสิทธิ์. (2019). การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ. *PAAT Journal (วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย)*, 1(2), 9-22.

- พุทธชาติ ลุนคำ, (2565). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565 – 2567: ธุรกิจโรงแรม. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/getmedia/aa9cf904-6514-4a14-a260-b24e2f7f6754/IO_Hotel_221125_TH_EX.pdf.aspx
- Biron, M., & Van Veldhoven, M. (2012). Emotional labour in service work: Psychological flexibility and emotion regulation. *Human relations*, 65(10), 1259-1282.
- Bowen, D. E., & Schneider, B. (1988). Services marketing and management-implications for organizational-behavior. *Research in organizational behavior*, 10, 43-80.
- Carter, N., Bryant-Lukosius, D., DiCenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The use of triangulation in qualitative research. *Oncology nursing forum*, 41(5), 545–547.
- Charmaz, K. (2012). The power and potential of grounded theory. *Medical sociology online*, 6(3), 2-15.
- Cognard, (2019). Drivers-of-change-in-hospitality. Retrieved from <https://amadeus.com/en/newsroom/press-releases/drivers-of-change-in-hospitality>
- Creswell, J.W. and Creswell, J.D. (2018) Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage, Los Angeles.
- Dakhoul, Z. M. (2018). The determinants of employee performance in Jordanian organizations. *Journal of Economics Finance and Accounting*, 5(1), 137-143.
- Jeung, D. Y., Kim, C., & Chang, S. J. (2018). Emotional labor and burnout: A review of the literature. *Yonsei medical journal*, 59(2), 187-193.
- Jewell, L.N. & Siegall, M (1990). Contemporary industrial and organizational psychology. (2nd ed). MI: West Publishing Company.
- Kim, A., Kim, Y., Rhee, J., Lee, S., Jeong, Y., Lee, J., & Park, J. (2022). A study on emotions to improve the quality of life of South Korean senior patients residing in convalescent hospitals. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(21), 14480.
- Khanguraa, G. S., Kaurb, B., & Rana, V. S. (2023). Analysing the Impact of Emotional Intelligence on Performance of Employees Working in Star Category Hotels of Chandigarh. *Journal of Management and Entrepreneurs*, 17(1), 159-183
- Knežević, M. N., Petrović, M. D., Kovačić, S., Mijatov, M., Vuković, D. B., & Kennell, J. (2021). Acting the part: Emotional intelligence and job satisfaction as predictors of emotional labor in travel agencies. *Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 183-201.
- Liao, H., & Chuang, A. (2004). A multilevel investigation of factors influencing employee service performance and customer outcomes. *Academy of Management Journal*, 47(1), 41-58.
- Moopayak, K., Udomphantharak, J., Kanyapattanaporn, C., Sangchan, C., & Kaesornsamut, P. (2015). Correlation between emotional intelligence and adaptive behaviors of nursing students. *Nursing Science Journal of Thailand*, 33(1), 55-65.

- Onyeonoro, C.O, Anyanwu, D. E., Ohwobevughe, F. U., Onyeonoro, F. N., (2023). Emotional Intelligence and Hotel Employee Work Behaviour: Moderating Role of Age. *European Journal of Hospitality and Tourism Research*, 11(2), 49-72.
- Sahmuddin, S., Siregar, Z. M. E., & Hanum, F. (2022). The Influence of Emotional Intelligence, Job Satisfaction, and Work Engagement on the Performance of Employees in the Labuhanbatu Regency's Youth, Sports, Culture, and Tourism Services. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJISE)*, 5(2), 936-949.
- Sayed, Z., Proches, C. N. G., & Sayed, Z. (2021). Exploring the Role of Emotional Intelligence in the Customer Service Industry. *Gender and Behaviour*, 19(1), 17676-17695.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness studies*, 3, 71-92.
- Singh, J., Verbeke, W., & Rhoads, G. K. (1996). Do organizational practices matter in role stress processes? A study of direct and moderating effects for marketing-oriented boundary spanners. *Journal of marketing*, 60(3), 69-86.
- Sukhragchaa, A., Munkhuu, B., & Lkhamtseden Badarch, L. (2021). Impact of Hotel Employee's Emotional Intelligence on Emotional Labor and Job Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 9(3), 743-764.
- Sumaneeva, K. A., Karadas, G., & Avci, T. (2021). Frontline hotel employees' proactive personality, I-deals, work engagement and their effect on creative performance and proactive customer service performance. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 20(1), 75-100.
- Şahin, F., & Işık, D. A. (2020). Service Employee's Emotional Intelligence and Customer's Evaluations of Service Quality in Hospitality Industry. *Journal of Advanced Management Science*, 8(2).
- Utin, N. H., & Yosepha, S. Y. (2019). The model of employee performance. *International Review of Management and Marketing*, 9(3), 69.
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.