

สวนสนุกสยาม อะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การให้บริการนักท่องเที่ยวของพนักงานในสวนสนุกสยาม อะเมซิ่งพาร์ค  
(Siam Amazing Park)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2566



นางสาวปาลิดา เหลืองอมรเลิศ

ผู้วิจัย

Winai W

รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Wichita R. Rattana

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ธีรพงษ์ ปิณจีเสติกุล

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ที่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ถ้าหากปราศจากการแนะนำขั้นตอนในการทำวิจัยและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากอาจารย์ที่ปรึกษาตลอดหลักสูตรการทำสารนิพนธ์ ผู้วิจัยจึงขอโอกาสนี้ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. วินัย วงศ์สุรวัฒน์ เป็นอย่างสูงที่ให้ความรู้ ความรู้ชี้แนะตลอดหลักสูตรการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ต่างๆ ที่มีได้เอื้อนาม ที่ถ่ายทอดความรู้วิชาการ ตลอดหลักสูตรของการศึกษาให้เกิดประโยชน์ต่อการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ และขอขอบพระคุณเจ้าของแนวคิด และทฤษฎีต่างๆ ของงานตำรา วิจัย รวมถึงบทความต่างๆ รวมถึงกลุ่มตัวอย่างทุกท่านอันเป็นผู้ที่สำคัญในการศึกษาครั้งนี้อย่างมาก ที่ทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลมาศึกษาและอ้างอิงในการศึกษาสารนิพนธ์นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณกัลยาณมิตรของผู้วิจัยทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษา ช่วยเหลือและสนับสนุนผู้วิจัยมาตลอดระยะเวลาทำการศึกษา ซึ่งทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จจนสมบูรณ์

ปาไลดา เหลืองอมรเลิศ

การให้บริการนักท่องเที่ยวของพนักงานในสวนสนุกสยาม อะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)  
SERVING TOURISTS OF EMPLOYEES IN THE SIAM AMAZING PARK

ปาติดา เหลืองอมรเลิศ 6450330

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์  
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจิเสกิกุล, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้ทำขึ้นเพื่อหามุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อพนักงาน และหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในสวนสนุกสยาม อะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยมีกระบวนการวิจัย 2 วิธี คือการใช้วิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) กับพนักงานที่ให้บริการลูกค้า กับหัวหน้างาน และการไม่สังเกตร่วม (Non-Participant Observation) ในรูปแบบของ อัจฉริยะ โดยทำการสังเกตพนักงานขณะให้บริการลูกค้าอยู่ ซึ่งสามารถสรุปผลวิจัยได้ว่า ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้างานกับลูกน้องนั้นส่งผลให้เกิดพลังบวกของพนักงานซึ่งสามารถส่งผลต่อคุณภาพให้พนักงานขณะปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานนั้นมีการแสดงออกทางอวัจนภาษา ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการนั้นสามารถรับรู้ถึงการแสดงออกของพนักงานได้ และการแสดงออกของพนักงานนั้นทำให้ส่งผลต่อความพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงการบอกต่อ

คำสำคัญ: ท่องเที่ยว/การให้บริการ/ความพึงพอใจ/พนักงาน/นักท่องเที่ยว

42 หน้า

## สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ	ข
	บทคัดย่อ	ค
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>	<b>1</b>
	1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 คำถามของงานวิจัย	3
	1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
	1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
<b>บทที่ 2</b>	<b>การทบทวนวรรณกรรม</b>	<b>5</b>
	2.1 ความหมายและคำสำคัญ	5
	2.1.1 สวนสนุก	5
	2.1.2 การบริการ (Service)	7
	2.1.3 ความผูกพันต่อองค์กร (Organization commitment)	8
	2.2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
	2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory	9
	2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ	11
	2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสวนสนุกของ IAAPA	13
<b>บทที่ 3</b>	<b>วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>15</b>
	3.1 วิธีการวิจัย	15
	3.2 กลุ่มตัวอย่าง	16
	3.3 วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ	17
	3.4 วิธีการประมวลผลข้อมูล และการเชื่อมโยงข้อมูลที่สัมพันธ์กัน Theory	18

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>23</b>
4.1 กระบวนการเก็บข้อมูล อุปสรรคและความท้าทายในการเก็บข้อมูล	23
4.2 ผลการเก็บข้อมูลจากกลุ่มหัวหน้างาน พนักงาน และนักท่องเที่ยวน	26
4.3 แนวคิดจากผลวิจัย	31
4.4 ประเด็น และความเห็นต่าง	34
<b>บทที่ 5 บทสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ</b>	<b>35</b>
5.1 สรุปผลการวิจัยแนวคิด	36
5.1.1 การให้บริการที่ดีต้องเริ่มจากที่บ้าน	36
5.1.2 การให้บริการของพนักงานที่สามารถตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้ทางอวัจนภาษา	37
5.2 ข้อจำกัดของงานวิจัย	38
5.3 ประโยชน์ที่ผู้วิจัยได้รับในการทำวิจัยครั้งนี้	39
5.4 ข้อเสนอแนะ	39
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>40</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>42</b>

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ทั่วโลกนั้นมีความหลากหลายในประเภทของธุรกิจต่างๆในการท่องเที่ยว โดยมีการจำแนกออกเป็นประเภทของธุรกิจด้วยกันใหญ่ๆ ด้วยกัน 2 หัวข้อ โดยมีการแบ่งออกเป็นจำแนก 1. การท่องเที่ยวในธุรกิจแบบโดยทางตรง จะมีธุรกิจของการขนส่ง จะเป็นการขนส่งในรูปแบบต่างๆ การนำขนส่งสินค้า หรือการนำขนส่งที่เกี่ยวกับ การบริการขนส่งสาธารณะ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง อาทิเช่น การนำท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ (Guide) ธุรกิจของร้านอาหาร และธุรกิจโรงแรมตามสถานที่ต่างๆ 2. การท่องเที่ยวในธุรกิจแบบทางอ้อม คือจะมีการจัดจ้างงานต่างๆ เพื่อนำสู่การเกิดอาชีพของประชากรที่อยู่ในระแวกสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และการจัดจ้างงานนั้นจะสามารถส่งผลต่อเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมในการท่องเที่ยวได้ และจะนำไปสู่เกิดการขยายตัวของธุรกิจในอุตสาหกรรม เพราะเมื่อเกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมนั้นจะทำให้ประชากรที่โดนจัดจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้จะเกิดรายได้มากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นก็จะเป็นที่ก่อเกิดของรายได้ ซึ่งมีรายได้เพิ่มมากขึ้น และธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องหรือเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวจะได้รับผลประโยชน์เช่นเดียวกัน และเมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเติบโตขึ้น โดรนสามารถดึงดูดนักลงทุนต่างๆเข้ามาร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ เพราะสิ่งที่ได้รับคือเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวที่เติบโตและขยายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยผลลัพธ์ที่ได้รับนั้นจะเกิดมาในรูปแบบของผลการตอบแทนของเงิน ซึ่งสามารถช่วยในการขยายเพื่อสร้างเสถียรภาพให้แก่การท่องเที่ยวของระดับโลกได้

การท่องเที่ยวจะมีหลากหลายรูปแบบ มีการแยกย่อยแตกออกไปในหลายๆแขนงด้วยกัน ประเภทของการท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความต้องการ และตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล ซึ่งการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในชีวิตของมนุษย์ เพราะมนุษย์นั้นยังมีความต้องการที่จะออกไปท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ซึ่งการออกไปท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยในการพัฒนาความคิดของมนุษย์ ทำให้ทัศนคติของมนุษย์นั้นเปิดกว้างมากขึ้น และอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนสำคัญคือ การท่องเที่ยวสามารถช่วยให้มนุษย์นั้นเกิดการผ่อนคลาย ช่วยลดความตึงเครียดที่มาจากการทำงานและสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ที่จะช่วยเหลือสิ่งต่างๆ

สถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นมีความหลากหลาย ซึ่งในแต่ละสถานที่นั้นๆ มีความหลากหลายมีหลายๆปัจจัยที่ และสถานที่ต่างๆมีการได้รับความนิยมนที่แตกต่างกันออกไป อาทิ เช่น

- การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติตามสถานที่ต่างๆของประเทศไทย
- ท่องเที่ยวสถานที่ตามประวัติศาสตร์ รวมถึงการท่องเที่ยวแบบประเพณีวัฒนธรรมในสถานที่ต่างๆ
- ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- สถานที่ท่องเที่ยวของภาครัฐรวมถึงของภาคเอกชน ที่ได้จัดสร้างขึ้นมาเพื่อสามารถตอบสนองในความต้องการของแต่ละบุคคลได้ เช่น ห้างสรรพสินค้า พิพิธภัณฑ์ สวนสัตว์ รวมถึงสวนสนุก

สวนสนุกของทั่วโลกที่สร้างขึ้นมานั้นส่วนใหญ่มักจะเป็นธุรกิจของภาคเอกชน ต่างมีวัตถุประสงค์ในการสร้างสวนสนุกขึ้นมานั้นนับเป็นสถานที่ไว้ช่วยในการผ่อนคลาย มีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และยังมีส่วนช่วยเติมเต็มในชีวิตแก่นมนุษย์ สวนสนุกต่างๆได้รวบรวมเครื่องเล่นไว้หลากหลายประเภท หลากหลายชนิดเอามารวมไว้ด้วยกัน สวนสนุกนั้นเป็นสถานที่ที่ช่วยในทุกคนได้ใช้เวลาร่วมกันกับครอบครัว และเพื่อน ซึ่งสวนสนุกนั้นสามารถตอบโจทย์ได้ในทุกช่วงวัยของมนุษย์

สำหรับสวนสนุกของประเทศไทยนั้นในปัจจุบันที่ยังเปิดให้ดำเนินการธุรกิจให้บริการสวนสนุกกลางแจ้งนั้นยังมีอยู่มากมายและยังเปิดอย่างแพร่หลายในสถานที่ต่างๆในประเทศไทย ในแต่ละที่ของสวนสนุกนั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป สำหรับสวนสนุกในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยนั้นจะมี สวนสนุกดรีมเวิลด์ (Dream World) สวนสนุกแห่งนี้ได้มีการรวบรวมเครื่องเล่นที่มีความหลากหลายประเภทเอาไว้ด้วยกัน และมีการออกแบบทัศนียภาพด้านในสวนสนุกที่ยังคงความทันสมัย โดยเครื่องเล่นส่วนใหญ่จะไม่ค่อยนำเครื่องเล่นที่หวาดเสียวมากเท่าไร แต่สวนสนุกได้เน้นในเรื่องของบรรยากาศโดยรวมของสวนสนุกที่เป็นจุดเด่นของทางสวนสนุกดรีมเวิลด์ (Dream World) ซึ่งทางสวนสนุกนี้ได้ขึ้นชื่อในเรื่องของการบริการให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในสวนสนุก เพราะเรื่องของการให้บริการของพนักงานที่บริการแก่ลูกค้านั้นพนักงานจะมีความเป็นมิตรสูง เนื่องด้วยจากส่วนตัวของผู้วิจัยเองเคยได้ไปท่องเที่ยวและใช้บริการสวนสนุกแห่งนี้ ผู้วิจัยนั้นก็ได้รับประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวรวมถึงยังประทับใจเรื่องของการบริการของพนักงานและทำให้ผู้วิจัยเองนั้นอยากกลับไปท่องเที่ยวซ้ำ

สวนสนุกอีกที่ในกรุงเทพมหานคร ที่ประเทศไทยนั้นคือ สวนสนุกสยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) ซึ่งเป็นสวนสนุกอีกที่ที่มีการรวบรวมเครื่องเล่นที่หลากหลายชนิดมารวมเข้า



ด้วยกัน รวมถึงมีสวนน้ำ ที่มีทะเลเทียมที่ใหญ่ที่สุดของภูมิภาคเอเชียรวมเข้าไว้ด้วยกัน เป็นสวนสนุกที่ครบวงจรและยังเป็นสวนสนุกที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ซึ่งสวนสนุกแห่งนี้ยังสามารถตอบโจทย์และตอบสนองความต้องการให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ โดยทางสวนสนุกสยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) ได้มีการประมาณการนักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มลูกค้าคนไทย และกลุ่มลูกค้าต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการ โดยเฉลี่ยถึง 3 ล้านกว่าคนต่อปี ซึ่งการคาดการณ์นี้ทำให้ต้องมีการพัฒนาและมีการปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อส่งผลเพื่อให้สวนสนุกแห่งนี้ได้ยกระดับอยู่เสมอ เพื่อที่จะได้ผลลัพธ์ที่สร้างความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เคยเข้ามาใช้บริการ จนถึงนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการในสวนสนุกแห่งนี้ จากส่วนตัวของผู้วิจัยเองรวมถึงคนรู้จักที่ได้เคยไปท่องเที่ยวสวนสนุกแห่งนี้ และรวมถึงการได้อ่านรีวิวตามเว็บบอร์ด รวมถึงคอมเมนต์ต่างๆ ที่เคยมีนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าใช้บริการสวนสนุกแห่งนี้ว่าไม่ค่อยพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเท่าที่ควร

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่อยากทำการศึกษาทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องและหากลยุทธ์เพื่อที่จะเป็นการพัฒนาการบริการของสวนสนุกสยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) โดยงานวิจัยนี้มีความตั้งใจศึกษาบทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory คุณภาพการบริการทั้ง 5 ที่สามารถวัดความคาดหวังของลูกค้า วัดอุปสรรคโดยมีการหาสิ่งที่เกี่ยวข้องและความสัมพันธ์ของการให้บริการของพนักงาน เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวที่นั่นเกิดความประทับใจ เกิดความพึงพอใจจนอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

## 1.2 คำถามของงานวิจัย

1. ลักษณะของพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานในสวนสนุกสยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) แบบใดที่สามารถจะส่งผลต่อความประทับใจ เกิดความพึงพอใจจนอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ
2. มีปัจจัยใดบ้างที่สามารถส่งผลต่อคุณภาพของการให้บริการของพนักงานในสวนสนุกสยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)

## 1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อเป็นการศึกษาคุณลักษณะของคุณภาพของพนักงานที่ให้บริการที่สามารถส่งต่อความประทับใจ เกิดความพึงพอใจจนอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำแก่นักท่องเที่ยว

2. เพื่อเป็นการศึกษาลักษณะของการให้บริการของพนักงานที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

3. เพื่อเป็นการศึกษาลักษณะคุณภาพการให้บริการบนทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory คุณภาพการบริการทั้ง 5 ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เกิดความพึงพอใจจากการที่มาใช้บริการ

#### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

ศึกษากลุ่มตัวอย่างในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่พนักงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ รวมทั้งหมด จำนวน 30 คน

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงผลของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของการให้บริการของพนักงานที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่สยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)
2. ได้ทราบถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการส่งผลของการให้บริการของพนักงานในสวนสนุกสยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)
3. เพื่อให้ผู้ประกอบการสวนสนุก ได้นำข้อมูลไปปรับปรุงหาแนวทางแก้ไข ปรับกลยุทธ์เพื่อที่จะไปพัฒนาธุรกิจการให้บริการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจ

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การให้บริการนักท่องเที่ยวของพนักงานในสวนสนุกสยาม อะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park)” ทางผู้วิจัยเองได้นำค่านิยมศัพท์ที่สำคัญที่นำมาใช้ในงานวิจัย รวมถึง แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยโดยการนำข้อมูลจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 2.1 ความหมายและคำสำคัญ

##### 2.1.1 สวนสนุก (Amusement Parks)

##### 2.1.2 การบริการ (Service)

##### 2.1.3 ความผูกพันต่อองค์กร (Organization commitment)

#### 2.2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory

##### 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจของการ

บริการ

##### 2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี การตลาดสวนสนุกของ IAAPA

#### 2.1 ความหมายและคำสำคัญ

##### 2.1.1 สวนสนุก

สวนสนุก หมายถึง การที่สร้างขึ้นมาให้เป็นสถานที่ซึ่งได้ให้บริการเกี่ยวกับความบันเทิง การที่มนุษย์ได้มีการพักผ่อนและผ่อนคลายจิตใจและร่างกายในการมาท่องเที่ยวในสวนสนุก ภายในสวนสนุกยังมีสวนน้ำ รวมถึงเครื่องเล่นต่างๆ หลากหลายชนิด และบางที่ยังมีการเอาสวนสัตว์แบบย่อมาเข้าไปด้วย โดยมีเป้าหมาย ให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการภายในสวนสนุกส่วนมากจะมาเป็นกลุ่ม โดยเป็นส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มครอบครัวที่พาเด็กเล็กมา และกลุ่มเพื่อน ที่มาท่องเที่ยวภายในสวนสนุก

### จุดเริ่มต้นของธุรกิจสวนสนุกของประเทศไทย

จุดเริ่มต้นของธุรกิจสวนสนุกของประเทศไทยนั้นเริ่มต้นมาจากการงานวัดที่อยู่คู่กับคนไทยมาตั้งแต่สมัยอดีต โดยงานวัดจะมีแนวกิจกรรมสังสรรค์ รื่นเริง เช่น การแสดงโชว์ต่างๆ การละเล่นในอดีต และผู้คนได้มาพบปะกันได้มามีส่วนร่วมด้วยกัน ซึ่งในสมัยก่อนนั้นมีความนิยมอย่างมาก ต่อมางานวัดได้มีการคิดที่จะพัฒนาของในส่วนต่างๆ โดยเริ่มมีเครื่องเล่น อาทิเช่น ชิงช้าสวรรค์ ที่อยู่คู่กับงานวัดเสมอ ม้าหมุน บ้านผีสิง และการแสดงต่างๆเพิ่มขึ้น การดูหนังกลางแปลง การละเล่นต่างๆ รวมถึงการราวอิกด้วย และมาถึงในปัจจุบันด้วยการมีการพัฒนาต่างๆทั้งความคิดของมนุษย์ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและทันสมัยตามเวลา ทำให้เกิดการพัฒนาเครื่องเล่นและเกิดการกำเนิดธุรกิจสวนสนุกต่างๆขึ้นมาและในปัจจุบันก็ยังมีจัดงานวัด แต่จะสามารถเห็นได้จากต่างจังหวัดที่ยังมีการจัดงานประเภทนี้อยู่

### ความต่างระหว่างของซิมปาร์คและสวนสนุก

สวนสนุกโดยจะมีเครื่องเล่นต่างๆที่ทำให้สามารถสร้างความบันเทิงเน้นการเคลื่อนไหว การกระทำ ความท้าทาย เน้นที่เครื่องเล่น ความตื่นเต้นเร้าใจและหวาดเสียวให้แก่ลูกค้า แต่ในส่วนของซิมปาร์คจะมีสร้างภายในซิมต่างๆและจะมีรูปแบบเฉพาะตัวเน้นความบันเทิง เล่นได้ทุกเพศทุกวัย อาทิเช่น Universal มีการสร้างซิมในแบบเดียวกับภาพยนตร์ในเรื่องต่างๆ ส่วนDisney land จะมีการสร้างซิมในลักษณะแบบของการ์ตูนในเรื่องต่างๆ ในแบบของเฉพาะตัวเอง พอลูกค้าไปถึงภาพยนตร์หรือการ์ตูนเรื่องนั้น อาจจะคิดถึงซิมปาร์คนั้นๆได้ โดยซิมปาร์คสามารถมอบความรู้สึกหรือความสุข ด้วยซิมที่ไปในโทนเดียวกันที่มีเรื่องราวและรายละเอียดที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกอินและลึกซึ้งในการไปเที่ยว ลูกค้านั้นได้เกิดการรับรู้ของคุณค่าจากประสบการณ์ที่ได้รับ จนลูกค้านั้นก่อให้เกิดความประทับใจ

### ธุรกิจสวนสนุกในประเทศไทย (สวนสยาม)

สวนสยามเริ่มให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ.2523 ตั้งอยู่ที่เขตคันนายาว จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยสามารถเดินทางหรือการคมนาคม มีการเข้าถึงเดินทางได้ง่ายที่จะมาเที่ยวที่สวนสยาม และสวนสยามนั้นถือเป็นการจัดตั้งเป็นสวนน้ำและสวนสนุกแห่งแรกของประเทศไทย จนดำเนินเปิดธุรกิจมาถึงปัจจุบันที่มีสวนน้ำขนาดใหญ่ และเครื่องเล่นรวมถึง 30 กว่าชนิด รวมถึงมีค่ายลูกเสือ สวนสยามถูกจัดตั้งภายใต้ชื่อ สวนสยามทะเล-กรุงเทพ สวนสยามได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าคนไทย และกลุ่มลูกค้าต่างชาติเป็นอย่างมาก และในปัจจุบันสวนสยามได้ถูกจัด เป็น

ทะเลเทียมที่ใหญ่ที่สุดในโลกจากการจัดอันดับของกินเนสส์ เวิลด์ เรคคอร์ดส (Guinness Book of - World Records) จนถึง ณ ปัจจุบัน และสวนสยามได้มีการเปลี่ยนชื่อมาเป็น สยามอะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park) เพื่อสอดคล้องกับการเป็นสากลมากขึ้น สวนสยามนั้นมีการพัฒนากันอย่างไม่หยุดหย่อน และถือว่าสวนสยามนั้นนับเป็นแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นปัจจัยในการเพิ่ม รายได้ให้แก่ประเทศไทยอีกด้วย

### 2.1.2 การบริการ (Service)

หมายถึง พฤติกรรม สิ่งที่พึงกระทำ หรือเช่นการปฏิบัติตนของพนักงานต่อลูกค้าโดย เกิดขึ้นจากกระบวนการซึ่งมีสินค้าเกี่ยวข้องด้วย การให้บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้หรือนำมาครอบครองเป็นเจ้าของแต่อย่างใด แต่การบริการคือสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากประสบการณ์ (Experience) จากที่พนักงานนั้นตั้งใจที่จะมอบให้

อาศยา โชติพานิช (2549) การบริการ นิยามว่า คือการที่พนักงานได้ให้บริการ เป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าและสามารถนำการบริการนั้นเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าได้ เมื่อเกิดการบริการที่ดี ดังนั้นเกิดผลลัพธ์คือ จนทำให้ลูกค้านั้นได้ได้สิ่งที่ตอบสนองความต้องการและนำไปสู่ความประทับใจจนก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าได้ สิ่งที่เกิดขึ้นนั้นซึ่งจะเป็นผลลัพธ์ที่สามารถส่งผลให้ภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นดีต่อสายตาลูกค้า

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) การบริการ นิยามว่า การบริการนั้นจะไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ แต่ล้วนเป็นกระบวนการหนึ่งที่สามารถส่งมอบการบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะเป็นกระบวนการที่มีการแลกเปลี่ยนของข้อมูลระหว่างพนักงานกับลูกค้า

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2549) การบริการ นิยามว่า การบริการเป็นการส่งมอบการบริการ ไม่ใช่สินค้าที่สามารถจับต้องได้ แต่คือกระบวนการหนึ่ง ที่พนักงานต้องมีการบริการที่สามารถ ใจหทัยของลูกค้าของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการนั้นๆเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน

### ลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องต่อกระบวนการในการให้บริการ

โดยการให้บริการเป็นสิ่งที่องค์กรหรือพนักงานนั้นมอบประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า โดยจะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสัมผัสและสามารถจับต้องได้เป็นนามธรรม อาทิเช่น อุปกรณ์อำนวยความสะดวก การตกแต่ง บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมต่างๆ และการให้บริการยังต้องมีทักษะต่างๆของพนักงานเข้ามาเกี่ยวข้องเนื่องด้วย อาทิเช่น การดูแล การสื่อสารที่เข้าใจ การบริการที่รวดเร็ว มีคุณภาพ

ซึ่งอยู่ในกระบวนการผลิต การบริการจนถึงกระบวนการเสร็จสิ้น และการมอบประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าเพื่อตอบสนองตามความต้องการ จนทำให้ลูกค้านั้นเกิดความพึงพอใจได้

### ปัญหาที่เกิดขึ้นของการควบคุมคุณภาพในการให้บริการ

ธุรกิจของการให้บริการสามารถตรวจสอบหรือควบคุมคุณภาพได้ยากกว่าคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เนื่องจาก ธุรกิจการให้บริการมักจะเกิดกับการที่รับบริการของลูกค้าจำนวนมากพร้อมๆกัน ในการที่จะตรวจสอบคุณภาพของการให้บริการนั้นยากที่จะทำให้ง่าย เนื่องจากธุรกิจนี้ไม่สามารถแก้ไขหรือจะลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ และอาจจะมีเรื่องของสิ่งที่คาดเดาได้ยากเกิดขึ้น เนื่องจากการให้บริการนั้นมีเรื่องอารมณ์เข้ามาเกี่ยวเนื่องด้วย อารมณ์จากพนักงานที่ให้บริการที่สามารถมีผลส่งผลให้ความรู้สึกและความนึกคิดของลูกค้า จึงเป็นปัญหาหลักที่จะสร้างมาตรฐานของการทำธุรกิจการให้บริการ

#### 2.1.3 ความผูกพันต่อองค์กร (Organization commitment)

Buchanan (1974 อ้างถึงใน ขนิษฐา เพิ่มชัย, 2550, หน้า 8) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร (Organization commitment) ซึ่งเป็นความนึกคิด ความรู้สึกของพนักงานที่เหมือนกับองค์กร พนักงานนั้นมีความผูกพันและเป้าหมายเดียวกันกับองค์กร และพนักงานสามารถทำงานตามหน้าที่ของตนเองได้ดี มีดังนี้

1. การที่พนักงานนั้นความนึกคิด ความรู้สึกของพนักงานเหมือนกับองค์กร (Identification) พนักงานเต็มใจที่จะทำงานและหน้าที่ของตนเองในรูปแบบลักษณะแบบเดียวกับวัฒนธรรมเดียวกันกับขององค์กร
2. การที่พนักงานนั้นมีส่วนร่วมกันในองค์กร (Involvement) การที่พนักงานทำหน้าที่ของตนเองและมีการนำมาเข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกันเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย
3. พนักงานที่มีความจงรักภักดีต่อองค์กร (Loyalty) พนักงานมีความตั้งใจที่จะทำงานพร้อมกับความเต็มใจในการทำงานและสารที่จะอยู่ในองค์กรต่อไปได้

วรุข ทองไพบุลย์ (2543, หน้า 27) กล่าวว่าพนักงานนั้นจะต้องมีความภาคภูมิใจต่อองค์กรและพนักงานนั้นต้องร่วมเป็นส่วนหนึ่งในองค์กร เพื่อที่จะเป็นผลทำให้พนักงานเต็มที่กับหน้าที่ของตนเองเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ เพื่อเป็นการส่งผลให้องค์กรนั้นได้บรรลุเป้าหมายด้วยเช่นเดียวกัน และความผูกพันที่พนักงานมีต่อองค์กรมีด้วยกัน 3 อย่างด้วยกัน ได้แก่

1. พนักงานนั้นทำงานด้วยความภาคภูมิใจและยังสามารถปฏิบัติหน้าที่ในภาระงานของตนเองเพื่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพื่อที่จะสำเร็จเป้าหมายอันเดียวกับองค์กร
2. การเต็มที่พนักงานจะปฏิบัติงานและพนักงานต้องการมีส่วนร่วมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร
3. พนักงานมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรของตนเอง

## 2.2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory

คุณภาพการบริการทั้ง 5 ที่สามารถวัดความคาดหวังของลูกค้า นั้นมีส่วนที่สำคัญที่ธุรกิจการบริการต้องถือปฏิบัติไว้ เพื่อที่จะเป็นการส่งมอบคุณภาพการบริการให้แก่ลูกค้าให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ และธุรกิจต้องทำให้ลูกค้าก่อเกิดความพึงพอใจให้ได้ เพราะหลังจากที่ลูกค้านั้นใช้บริการ ลูกค้ามักจะเกิดการเปรียบเทียบว่า ลูกค้าจะก่อเกิดความพึงพอใจ หรือลูกค้าจะไม่เกิดความพึงพอใจ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากสิ่งที่เกิดขึ้นที่ลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง โดยทฤษฎีนี้สามารถนำไปช่วยนำไปสู่การพัฒนาของการบริการของพนักงาน และยังมีส่วนช่วยให้องค์กรเกิดประโยชน์เพราะลูกค้าเกิดการมาใช้บริการขององค์กร โดยมีจุดประสงค์ที่สำคัญเพื่อที่จะเป็นส่วนช่วยให้เรื่องของการพัฒนาในการให้บริการนั้นเกิดการประสบความสำเร็จ ทฤษฎีนี้จึงสามารถจำแนกองค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่เรียกว่ามิติคุณภาพทั้ง 5 มิติ คือ

Reliability ความไว้วางใจได้ ความเชื่อถือของลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการ ซึ่งจะมีผลอย่างมากก่อนที่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการ และอีกสิ่งหนึ่งคือ การเข้ามาใช้บริการของลูกค้าไม่ตรงตามความคาดหวัง ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าไม่ยอมมาใช้บริการอีก หรืออาจจะเป็นการที่ลูกค้าหาข้อมูลก่อนเข้ามาใช้บริการ อาทิเช่น การที่อ่านรีวิว หรือเห็นจากการโฆษณา

Assurance การสร้างความไว้วางใจของพนักงานจนส่งผลให้ลูกค้ารับรู้ เพื่อที่ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจในการเข้ารับบริการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถ ทักษะ การสื่อสารของพนักงาน ที่พนักงานนั้นมีทักษะที่ดีในการพูดกับลูกค้า ซึ่งทั้งหมดนั้นจะส่งผลให้องค์กรนั้นได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการขององค์กรดังกล่าว การสร้างความไว้วางใจนั้นซึ่งมีองค์ประกอบด้วยปัจจัยทั้งหมด 4 ปัจจัย คือ

1. ความสามารถที่มีทักษะและความรู้ที่จำเป็น เช่นการให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องเล่นก่อนที่ลูกค้าจะเข้าใช้บริการเครื่องเล่นนั้น

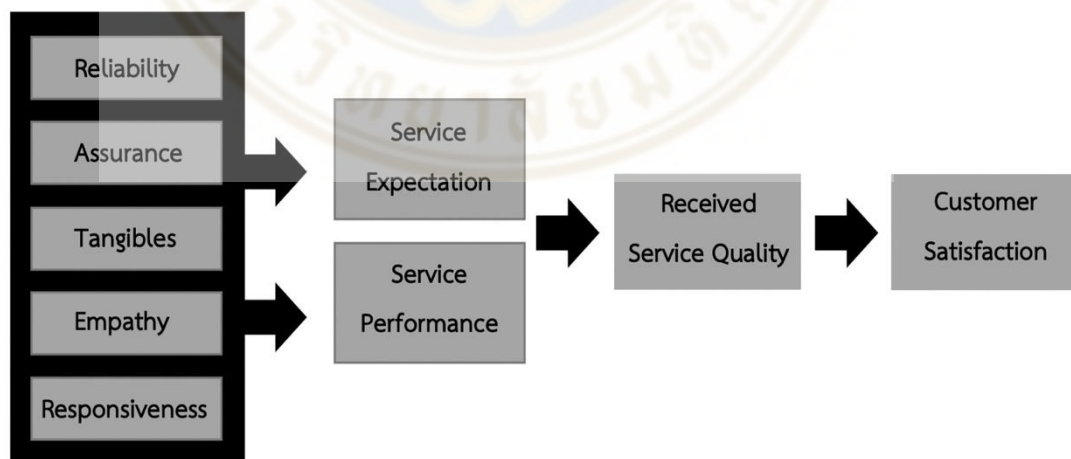
2. ความสุภาพ ความมีมารยาท การวางตัวของพนักงาน
3. ความเคารพ และการที่พนักงานแสดงความอ่อนโยน เป็นมิตรกับลูกค้า
4. การที่ลูกค้าเชื่อถือพนักงาน และความซื่อสัตย์ของพนักงาน
5. การที่ลูกค้านั้นไม่สงสัย และการที่ลูกค้ามองว่าปลอดภัย

Tangibles เป็นบริการที่มีคุณภาพที่สามารถจับต้องได้ ด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการซึ่งเป็นการที่ช่วยอำนวยความสะดวก ความสบาย ทางร่างกาย หรือด้วยการสัมผัสทั้ง 5 จากการใช้บริการที่มีต่อลูกค้า รูปลักษณ์ของพนักงาน อุปกรณ์ วัสดุอำนวยความสะดวก

Empathy การที่พนักงานนั้นเอาใจใส่แก่ลูกค้า และพนักงานนั้นมีความสนใจที่ช่วยเหลือลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างความเต็มใจเพื่อให้อุ่นใจว่าบริการที่เอาใจใส่และแตกต่าง เป็นทัศนคติที่สำคัญในการให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังเป็นขั้นตอนในการที่ทำให้ลูกค้านั้นเกิดความพึงพอใจ เพิ่มความมั่นใจ และเพิ่มความไว้วางใจจากลูกค้าได้

Responsiveness การที่พนักงานสนใจลูกค้า และความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือลูกค้าเมื่อเกิดปัญหา และการบริการที่รวดเร็วเพื่อส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจ มีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ ความเต็มใจและความรวดเร็ว และทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าพนักงานสนใจที่จะช่วยเหลือ การตอบสนองจะถูกกำหนดโดยระยะเวลาที่ลูกค้ารอคำตอบหรือวิธีแก้ปัญหา กล่าวโดยสรุป การตอบสนองสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้โดยเร็วที่สุด

Servqual Model of Service Quality Theory สรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้





### 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) อ้างในแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ (Kotler, 2003: 199) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีส่วนเกี่ยวข้องสำหรับธุรกิจบริการ ให้บริการซึ่งมีส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) โดยมีดังต่อไปนี้

1. ด้านสินค้า (Product) หมายถึง เป็นที่ที่ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในขณะนั้น การที่ลูกค้าจะสามารถได้รับคุณค่าประโยชน์ของสินค้า โดยมีการแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ เป็นสิ่งของหรือสินค้าเป็นชิ้นที่สามารถจับต้องได้ และ เป็นสิ่งของหรือสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งจะเป็นการรับบริการนั่นเอง

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณประโยชน์หรือคุณค่าของสินค้าและการให้บริการ โดยสิ่งที่ตอบรับกลับมาจากลูกค้าได้รับกลับมาโดยเป็นลักษณะของตัวเงิน โดยที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบตัวสินค้าและการให้บริการนำมาเปรียบเทียบเป็นราคาของสินค้าและการที่ลูกค้าได้รับบริการนั้นๆ ลูกค้าจะเกิดการวัดตัวเงินกับสินค้าหรือบริการ โดยถ้าเกิดคุณประโยชน์หรือคุณค่าแก่ลูกค้าจะได้รับนั้นมีมูลค่าสูงกว่าตัวเงิน ลูกค้าเกิดการตัดสินใจที่จะซื้อ ดังนั้นการที่ผู้ขายสามารถสร้างและกำหนดราคาต่อสินค้าหรือการบริการให้สมเหตุสมผลและเหมาะสมมากที่สุดที่ลูกค้าจะได้รับกลับไป

3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมหนึ่งที่มีสิ่งแวดล้อมภายนอกมาเกี่ยวข้อง ซึ่งเกี่ยวกับการนำเสนอขายสินค้าหรือการสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้คุณค่าและประโยชน์ของสินค้าหรือการให้บริการที่จะนำเสนอ และยังคงต้องคิดตัดสินใจในเรื่องของทำเลหรือที่ตั้งในการขายสินค้าและในการให้บริการ

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง ลักษณะของเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญและช่วยเรื่องของการสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งสามารถแจ้งข้อมูลที่จะสื่อออกไปให้แก่ลูกค้า โดยเครื่องมือนี้สามารถชักจูง และเป็นสามารถเป็นแรงจูงใจแก่ลูกค้าให้เกิดความคิด ทศนคติ จนถึงเกิดพฤติกรรม ที่อยากใช้จนเกิดซื้อผลิตภัณฑ์และการบริการ

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน หมายถึง การที่องค์กรเกิดการคัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงานและก่อนเริ่มต้นในการทำงานจะต้องทำการปรับความรู้พื้นฐานให้แก่พนักงานก่อนปฏิบัติงานรวมถึงยังสามารถสร้างสิ่งจูงใจก่อนเริ่มงาน เพื่อเป็นการให้พนักงานสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่เพื่อนร่วมงานและองค์กร เพื่อที่ส่งผลต่อการให้บริการของพนักงานแก่ลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์หรือการมารับบริการนั้น โดยพนักงานนั้นต้องมีความคิด ความตั้งใจ และมีทัศนคติที่ดีมอบให้แก่ลูกค้า หรือการแก้ไขเหตุการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อเกิดประโยชน์ต่อองค์กร และสิ่งทีองค์กร ได้รับคือการนำลูกค้ากลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าอีกครั้ง

6. ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง การที่องค์กรสร้างขึ้น หรือการที่องค์กรนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือภาพลักษณ์ที่แสดงให้แก่ลูกค้า ซึ่งเป็นภาพโดยรวมที่ทำการสร้างคุณค่าและคุณภาพ ทั้งด้านกายภาพในรูปแบบการนำเสนอ รูปแบบการให้บริการ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า อาทิเช่น การวางตัวของพนักงาน การที่พนักงานนั้น แต่งกายเรียบร้อยตามแบบยูนิฟอร์ม คุุสะอาด ลักษณะการพูดจาการแสดงออกที่สุภาพเรียบร้อย และการบริการของพนักงานที่ได้คุณภาพ

7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง เป็นหนึ่งในกระบวนการขั้นตอนที่สำคัญกับการให้บริการของพนักงานที่สามารถนำเสนอให้แก่ลูกค้าเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดี เพื่อให้ลูกค้า นั้นก่อเกิดความประทับใจจนถึงความพึงพอใจของลูกค้าและต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

#### กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจของการบริการ

กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจของการบริการนั้นจำเป็นต้องมีทั้งหมด 2 เครื่องมือที่เข้ามาช่วยด้วยกัน เครื่องมือแรกคือ การตลาดภายในคือการที่จะต้องอาศัยพนักงานนั้นเข้ามาช่วย และเครื่องมือที่สองคือ การใช้ตลาดภายนอก ที่การตลาดต้องทำการสื่อสารระหว่างการตลาดและลูกค้า เพราะการตลาดนั้นมีความสัมพันธ์ที่ผู้ค้าขายกับลูกค้านั้นยังเป็นหลัก (Interactive Marketing) โดยมีหัวข้อรายละเอียดตามดังนี้

1. การตลาดภายใน คือ ภาพรวมที่บริษัทมีให้พนักงานนั้นฝึกอบรม เพื่อเป็นการจูงใจ และยังทำให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดีระหว่างในการปฏิบัติงาน จนทำให้เกิดผลดีต่อพนักงานจนส่งผลถึงลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และสิ่งนี้สามารถส่งผลต่อความประทับใจของลูกค้าได้

2. การตลาดภายนอก คือ การจัดเตรียมความพร้อมทางการตลาดเพื่อสามารถให้ลูกค้าได้ใช้บริการ อาทิเช่น ช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้า การกำหนดราคาสินค้า รวมถึงการให้บริการในลักษณะต่างๆ ส่งผลให้ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการมากที่สุด

3. การตลาดที่มีความเกี่ยวข้องระหว่างผู้ขายและลูกค้า หมายถึง การสร้างประโยชน์แก่ลูกค้าจะรับคุณค่าจากพนักงานที่ได้บริการ ซึ่งลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจว่าพอใจต่อประสบการณ์การใช้บริการหรือไม่ โดยลูกค้าจะพิจารณาจากหลายๆปัจจัย โดยมีปัจจัยด้านหน้าที่ ด้านเทคนิค ด้านประสบการณ์ที่ลูกค้ามีก่อนที่เข้าใช้บริการจนถึงหลังใช้บริการ

### 2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสวนสนุกของ IAAPA

IAAPA; International Association of Amusement Parks and Attractions) สมาคมสวนสนุกนานาชาติให้ความหมายที่เกี่ยวกับการพัฒนาสวนสนุกซึ่ง ไอเอเอปาได้ให้แนวคิดของการตลาดของสวนสนุกไว้ 4 ด้าน ประกอบไปด้วย

#### 1. ลูกค้า (Customer)

ได้มีการศึกษาว่ากลุ่มลูกค้าที่จะมาเที่ยวสวนสนุกนั้นมีกลุ่มใด และกลุ่มลูกค้าจะมีพฤติกรรมแบบใด ความชอบและความต้องการของลูกค้าจะมีลักษณะแบบไหน เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาพิจารณาวางแผนงานเพิ่มเติมเพื่อตอบสนองทางด้านการเข้าใช้บริการของลูกค้าได้ตรงกับจุดประสงค์แก่ลูกค้าให้มากที่สุด

#### 2. ผลิตภัณฑ์หรือการบริการภายในสวนสนุก (Product and Service)

โดยส่วนใหญ่แล้วสวนสนุกจะเน้นความพึงใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด จึงให้สวนสนุกหลากหลายที่นั้น ภายในจะมีการจัดประเภทที่หลากหลาย อาทิเช่น สวนสยามเมื่อก่อตั้งแรกเริ่มนั้น โดยทางสวนสยามจะเน้นให้บริการสวนน้ำเป็นหลัก แต่ต่อมาจนถึง ณ ปัจจุบัน ทางสวนสยามนั้นยกระดับความบันเทิง และรวมไปถึงการเป็นสถานที่พักผ่อน และต้องมีการเพิ่มสิ่งที่หลากหลายของการให้บริการเพิ่มเติม ซึ่งต้องตอบโจทย์ให้แก่ความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยมีเครื่องเล่นที่หลากหลายประเภทขึ้นมา ทั้งให้บริการเครื่องเล่นที่หวาดเสียว เครื่องเล่นสำหรับเด็ก หรือมุมนั่งเล่น ร้านอาหาร เป็นต้น

#### 3. ราคาค่าบริการของสวนสนุก (Price)

สวนสนุกจะกำหนดราคาค่าบริการของสวนสนุกโดยราคานั้นจะไม่แพงเกินไป โดยทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นราคาที่จับต้องได้ อาทิเช่น อัตราค่าเข้าภายในสวนสนุก โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียค่าบริการเครื่องเล่นภายในเพิ่มเติม แต่ก็ยังคงจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เช่น ค่าอาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งของต่างๆ ที่ลูกค้ามีความประสงค์ต้องการเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเล่นเครื่องเล่นและสวนน้ำ

#### 4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

กลยุทธ์ส่งเสริมการขายของสวนสนุกได้จำแนกออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

การโฆษณา โดยทางสวนสนุกได้ทำการโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ อาทิเช่น การโฆษณาผ่านสื่อTV และผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย รวมทั้งการโฆษณาแบบ Out of home เพื่อมุ่งให้สวนสนุกได้รับการสนใจจากลูกค้า จนถึงการเข้าร่วมกับบริษัทต่างๆ เพื่อทำโปรโมชัน และโฆษณาไปด้วย

การให้บริการภายในสวนสนุก เรื่องของด้านความอำนวยความสะดวกต่างๆที่มอบให้แก่ลูกค้า มีการบริการห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ลีโศเกอร์ จุดให้เช่าอุปกรณ์ต่างๆ เช่น จุดให้เช่าห่วงยาง

บริการให้เช่าชุดว่ายน้ำ การให้บริการความสะดวกแก่ผู้พิการและเด็ก จุดขายอาหารและเครื่องดื่ม ที่  
จอดรถ รวมถึงระบบการรักษาความปลอดภัยต่างๆ

การส่งเสริมการขาย จะมีเรื่องของการแจกบัตรกำนัน หรือบัตรลดราคาในการซื้อบัตร  
เข้าภายในสวนสนุก เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้ลูกค้าอยากท่องเที่ยวสวนสนุก การจัดกิจกรรม (Event) งาน  
ตามเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น งานลอยกระทง เทศกาลฮาโลวีน การจัดเทศกาลปีใหม่ และเทศกาลต่างๆ  
อีกมากมาย ซึ่งทำให้นั้นลูกค้าเกิดความต้องการและดึงดูดลูกค้าในกลุ่มต่างๆมาเที่ยวสวนสนุกได้



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การทำวิจัยเรื่อง “การให้บริการนักท่องเที่ยวของพนักงานในสวนสนุกสยาม อะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)” ผู้ทำวิจัยใช้รูปแบบระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีสาระสำคัญในการดำเนินการประกอบด้วยตามขั้นตอนมีดังนี้

- 3.1 วิธีการวิจัย
- 3.2 กลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ
- 3.4 วิธีการประมวลผลข้อมูล และการเชื่อมโยงข้อมูลที่สัมพันธ์กัน
- 3.5 ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูล และการวางแผนสำรอง

### 3.1 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การให้บริการนักท่องเที่ยวของพนักงานในสวนสนุกสยาม อะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

#### 3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยจะเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งจะมีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ก่อนล่วงหน้า โดยมีแบบมีขั้นตอน และมีข้อคำถามในการสัมภาษณ์ที่มีการกำหนดประเด็นไว้แบบคร่าวๆ โดยคำถามนั้นจะมีลักษณะเป็นคำถามที่ผู้ตอบมีอิสระในการตอบและจะมีการกำหนดคำสำคัญต่างๆ (Keyword) เป็นตัวที่วัดผลการสัมภาษณ์เพื่อที่จะสามารถนำไปเชื่อมโยงไปถึงประเด็นที่ตรงกับหัวข้อของงานวิจัย ดังนั้นการที่เลือกการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ เพื่อผู้จัดทำวิจัยจะสามารถเข้าใจและรับรู้ถึงความคิดทัศนคติ อีกทั้งจุดเชื่อมโยงว่ามีปัจจัยแบบไหนบ้างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริการของพนักงานในสวนสนุก สยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) แก่ลูกค้า เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวและทำให้

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการของพนักงานสวนสนุกและทำให้ต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้จัดทำวิจัยจึงเลือกใช้งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

### 3.2 กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการดำเนินวิธีการศึกษาวิจัย (Methodology) โดยผู้วิจัยเลือกใช้กระบวนการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มพนักงานสวนสนุก สยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) โดยจะต้องเป็นแผนกที่ต้องมีหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวโดยตรง ผู้วิจัยได้ทำการเลือกมาทั้งหมด 3 แผนก โดยจะมีแผนกดูแลหน้าประตู แผนกขายอาหาร แผนกควบคุมเครื่องเล่น มีดังต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมายหัวหน้างาน รวมทั้งหมดจำนวน 6 คน เป็นเพศชายและเพศหญิง อายุ 40 ปีขึ้นไป อายุงานที่สยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) ซึ่งต้องมีระยะเวลาในสายงาน 5 ปีขึ้นไป โดยจะกำหนดหัวหน้าของแต่ละแผนกโดยจะมีแผนกดังต่อไปนี้ คือ

- แผนกดูแลลูกค้า จำนวน 2 คน
- แผนกขายอาหาร จำนวน 2 คน
- แผนกควบคุมเครื่องเล่น จำนวน 2 คน

2. กลุ่มเป้าหมายพนักงาน รวมทั้งหมดจำนวน 24 คน เป็นเพศชายและเพศหญิง อายุ 20 ปีขึ้นไป ไม่จำกัดอายุงานที่สยามพาร์คอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) โดยจะมีแผนกดังต่อไปนี้ คือ

- แผนกดูแลลูกค้า จำนวน 8 คน
- แผนกขายอาหาร จำนวน 8 คน
- แผนกควบคุมเครื่องเล่น จำนวน 8 คน

3. กลุ่มของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มต่อพนักงาน 1 คน ต่อ 1 วัน

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกที่จะใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดตามกลุ่มตัวอย่างซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ข้างต้น รวมทั้งหมดจำนวน 30 คน โดยทางผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ตัวอย่าง

### 3.3 วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเลือกใช้งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีโดยใช้เพื่อที่จะสามารถนำไปเชื่อมโยงไปถึงประเด็นที่ตรงกับหัวข้อของงานวิจัยโดยจะใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่ง โดยมีดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยจะใช้การสังเกตร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยจะเลือกสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับหัวหน้างานทั้ง 3 แผนก ในส่วนของการสังเกตลักษณะการไม่สังเกตร่วม (Non-Participant Observation) ที่ผู้วิจัยจะทำการคอยสังเกต โดยจะทำการเริ่มสังเกตพนักงาน จำนวน 24 คน และนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ 2 กลุ่มต่อพนักงาน 1 คน ต่อ 1 วัน ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์และสรุปผลว่าข้อมูลที่เก็บมาได้นั้นสอดคล้องกับที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ก่อนหน้านั้นไหม โดยการประมวลผลจะสรุปข้อมูลตามประเด็นความสำคัญ และนำประเด็นที่มีนัยสำคัญและความหมายที่เหมือนกันมาจำแนกตามหมวดหมู่หัวข้อต่างๆ จากนั้นทำการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความสัมพันธ์จากการสัมภาษณ์แล้วนำมาสังเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับ โดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพในส่วนขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยใช้สังเกตร่วม (Participant Observation) เนื่องจากผู้วิจัยต้องการเปรียบเทียบความคิด ทศนคติ และทราบถึงจุดเชื่อมโยงที่มีปัจจัยอะไรบ้างที่สามารถส่งผลต่อการในการให้บริการของพนักงานสวนสนุก สยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)

ในการเก็บข้อมูลวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยนั้นทำการเก็บที่สวนสนุก สยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) โดยไปเก็บในสถานที่ที่เป็นออฟฟิศหรือในส่วนของด้านหลังเครื่องเล่น ซึ่งจะเป็นสถานที่ ที่จะมีความเป็นส่วนตัวค่อนข้างมากคาดว่าจะทำการสัมภาษณ์ และในส่วนของการไม่สังเกตร่วม (Non-Participant Observation) เนื่องจากสวนสนุก สยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) ซึ่งเป็นสถานที่เปิด ผู้วิจัยจึงสะดวกต่อการเข้าไปสังเกตกลุ่มตัวอย่างทั้ง 24 คนได้อย่างสะดวก และคาดว่าจะการสัมภาษณ์ครั้งนี้ จะเริ่มในเดือนมกราคม จนถึงเดือน มีนาคม

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำราบทความออนไลน์ งานวิจัย และหลักการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเกี่ยวข้องและมีความน่าเชื่อถือ

### 3.4 วิธีการประมวลผลข้อมูล และการเชื่อมโยงข้อมูลที่สัมพันธ์กัน Theory

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยจะใช้การสังเกตร่วม (Participant Observation)

การสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยจะเลือกใช้คำถามกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาคือ กลุ่มพนักงานที่เป็นหัวหน้าทั้ง 3 แผนก จำนวน 6 คน จะเริ่มต้นด้วยข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ ให้เล่าเองเกี่ยวกับการดูแลน้อง โดยกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบคำถามได้อย่างมีอิสระไม่จำกัดขอบเขตของคำตอบ วัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยอยากทราบถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับทัศนคติ หรือความรู้สึกของการทำงาน ประสบการณ์ในการทำงาน การเป็นแบบอย่างในการทำงาน

โดยเวลาในการสัมภาษณ์เชิงลึก คาดการณ์ว่าใช้เวลากับการสัมภาษณ์ประมาณ 20 - 45 นาที โดยจะมีการคำสำคัญที่เกี่ยวข้อง (Keyword) และจะมีการออกแบบคำถามในลักษณะของคำถามปลายเปิด ผู้ถูกสัมภาษณ์จะมีอิสระในการให้สัมภาษณ์ และได้หลากหลายแง่มุมของความคิด ความรู้สึก และทัศนคติต่างๆของผู้ถูกสัมภาษณ์ ในลักษณะของการสัมภาษณ์ในการให้คำตอบได้ตอบอย่างอิสระ อาจจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง สมบูรณ์ ตรงกับความเป็นจริงได้มากกว่าการจำกัดคำตอบ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่ให้เข้าประเด็นแบบไม่เคร่งครัด เป็นการเปิดอิสระให้ผู้ตอบได้ตอบคำถามได้อย่างเต็มที่ และยังช่วยให้ผู้สัมภาษณ์ได้เห็นภาพองค์รวมได้มากขึ้น และยังให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปสัมภาษณ์มาเปรียบเทียบและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ

การไม่สังเกตร่วม (Non- Participant Observation) โดยจะทำการเริ่มสังเกตพนักงานในรูปแบบ ที่มีแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory คุณภาพการบริการที่วัดความหวังของลูกค้า และมีการสังเกตของ อวัจนภาษา มาเกี่ยวเนื่องด้วย สาเหตุที่ผู้วิจัยได้เลือกการไม่สังเกตร่วม (Non- Participant Observation) แบบนี้เพราะ โดยทั่วไปแล้วผู้คนมักจะให้ความสำคัญของวัจนภาษามากกว่าอวัจนภาษา ด้วยที่วัจนภาษาเป็นคำพูดที่สื่อสารออกมา โดยที่ผู้รับสารสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจนต่อการฟังและแปลความหมายของผู้ส่งสาร โดยผู้ส่งสารมีความคิดและตั้งใจที่จะปล่อยสารนั้นออกมาเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจและยอมรับในสิ่งที่ตนเองจะสื่อสารออกมา ซึ่งจะมีความแตกต่างจากอวัจนภาษา อวัจนภาษาเป็นความรู้สึกนึกคิดในส่วนลึก อวัจนภาษาจึงเป็นภาษาที่สื่อสารความจริงมากกว่า มีความเที่ยงตรงมากที่สุด สามารถเห็นถึงทัศนคติของพนักงานได้อย่างแท้จริง และทางผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลแบบการไม่สังเกตร่วม (Non- Participant Observation) ในรูปแบบทางอวัจนภาษากับนักทอ่งเทียวเพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องและแม่นยำ



ของข้อมูล ทางผู้วิจัยสามารถเอาข้อมูลในการสังเกตทั้งหมดนี้มาประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกของหัวหน้างานแล้วนำมาวิเคราะห์หาปัจจัยเพื่อเชื่อมโยงกับทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา

โดยจะมีการเก็บข้อมูลของพนักงานแบบไม่สังเกตร่วม (Non-Participant Observation) แสดงออกทางอวัจนภาษาที่ผู้วิจัยต้องคอยสังเกตทั้งหมด ได้แก่

#### 1. ระยะห่าง

- การแสดงถึงความใกล้ชิด
- ความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว

#### 2. กาลเวลา

- การที่ปล่อยให้ให้นักท่องเที่ยวนั้นรอคอยขณะพนักงานปฏิบัติตามหน้าที่งานอยู่ขณะที่ต้องให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

#### 3. สายตา

- การสบตา
- การจ้อง
- การใช้สายตาที่อ่อนโยน เป็นมิตร
- การใช้สายตามองแรง มองบน
- การกรอกลูกตา

4. การสัมผัส เนื่องจากการให้บริการนักท่องเที่ยวนั้น การสัมผัสนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่พนักงานไม่ควรพึงกระทำ โดยมีข้อยกเว้น ในกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็นจริงๆ ผู้วิจัยจึงขอใช้ข้อนี้เป็นเรื่องของความเอาใจใส่ของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยว

- การเอาใจใส่ของพนักงาน มีการให้ข้อเสนอแนะก่อนใช้บริการด้วยความเต็มใจ
- ให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้เสร็จไป โดยไม่มีความเต็มใจที่จะบริการ
- ความสนใจ ความกระตือรือร้น

#### 5. กิริยาท่าทาง

- การเคลื่อนไหวศรีษะ สายหน้า พยักหน้า
- การยกไหล่
- การยกคิ้ว
- อากาณิ่งเฉย

#### 6. สิ่งของหรือวัตถุ

- การแต่งกายของพนักงาน
- การเก็บของใช้ส่วนตัวของพนักงานที่มีดชีวิต

## 7. น้ำเสียง การใช้น้ำเสียงประกอบการพูด

- ความชัดเจน
- จังหวะ การพูดช้า เร็ว
- น้ำเสียงในการพูดขณะให้บริการลูกค้า เสียงดัง เบา ตะกอก ตะโกน

## 8. ขณะปฏิบัติหน้าที่ในเวลางาน

- ขณะปฏิบัติหน้าที่อยู่นั้นมีการหยิบโทรศัพท์ที่ขึ้นมากี่ครั้ง
- จับหลักในเวลางานกี่ครั้ง

โดยมีการเก็บสังเกตในการเก็บข้อมูล จำนวนพนักงานทั้งหมด 24 คน ในส่วนของการทำงานของพนักงานว่ามีการให้บริการลูกค้าในลักษณะใดบ้าง และในส่วนของนักท่องเที่ยวผู้วิจัยจะนำวจนภาษาที่มีการตอบรับขณะให้บริการของพนักงาน โดยจะนำข้อมูลเหล่านี้มาทำเป็นตารางของแต่ละหัวข้อเพื่อนำมาเก็บข้อมูล ของแต่ละวันและแต่ละบุคคล โดยผู้วิจัยจะทำการเขียนข้อมูลของแต่ละวันที่เก็บมาได้ใส่ลงไปในตารางของแต่ละวัน เพื่อผู้วิจัยจะนำข้อมูลเหล่านี้มาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ต่อไปอย่างเห็นได้ชัดเจน

ตัวอย่างแบบฟอร์มในการเก็บข้อมูลพนักงานในรูปแบบ ที่มีแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory คุณภาพการบริการที่วัดความหวังของลูกค้า และมีการสังเกตของ อัจฉนภาษา จำนวน 24 คน แบบไม่สังเกตร่วม (Non- Participant Observation)

พนักงานคนที่1		พนักงานคนที่2	
การแสดงความใกล้ชิด		การแสดงความใกล้ชิด	
ความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว		ความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว	
การที่ปล่อยให้นักท่องเที่ยวนั้นรอ		การที่ปล่อยให้นักท่องเที่ยวนั้นรอ	
การสบตา		การสบตา	
การจ้อง		การจ้อง	
การใช้สายตาที่อ่อนโยน เป็นมิตร		การใช้สายตาที่อ่อนโยน เป็นมิตร	
การใช้สายตาตนเอง มองบน		การใช้สายตาตนเอง มองบน	
การกรอกลูกค้า		การกรอกลูกค้า	
มีการให้ข้อเสนอแนะก่อนให้บริการ		มีการให้ข้อเสนอแนะก่อนให้บริการ	
ด้วยความเต็มใจ		ด้วยความเต็มใจ	
ให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้เสร็จไป โดย		ให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้เสร็จไป โดย	
ไม่มีความเต็มใจที่จะบริการ		ไม่มีความเต็มใจที่จะบริการ	
ความสนใจ ความกระตือรือร้น		ความสนใจ ความกระตือรือร้น	
การเคลื่อนไหวศีรษะ สายหน้า พยักหน้า		การเคลื่อนไหวศีรษะ สายหน้า พยักหน้า	
การยกไหล่		การยกไหล่	
การยกคิ้ว		การยกคิ้ว	
อาการนิ่งเฉย		อาการนิ่งเฉย	
การแต่งกายของพนักงาน		การแต่งกายของพนักงาน	
การเก็บของใช้ส่วนตัวของพนักงานที่มิดชิด		การเก็บของใช้ส่วนตัวของพนักงานที่มิดชิด	
ความชัดเจน		ความชัดเจน	
จังหวะ การพูดช้า เร็ว		จังหวะ การพูดช้า เร็ว	
น้ำเสียงในการพูดขณะให้บริการ		น้ำเสียงในการพูดขณะให้บริการ	
หยิบโทรศัพท์ที่ขึ้นมากี่ครั้ง		หยิบโทรศัพท์ที่ขึ้นมากี่ครั้ง	
จับหลักในเวลางานกี่ครั้ง		จับหลักในเวลางานกี่ครั้ง	

ตัวอย่างแบบฟอร์มในการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวในรูปแบบ ที่มีแนวคิดเกี่ยวกับ ทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory คุณภาพการบริการทั้ง 5 และมีการสังเกตใน รูปแบบของ อัจฉินภาษา จำนวน 2 กลุ่มต่อพนักงาน 1 คน ต่อ 1 วัน แบบไม่สังเกตร่วม (Non-Participant Observation)

การตอบรับทางอวัจนภาษาของนักท่องเที่ยว ขณะใช้บริการของพนักงานคนที่ 1								
	วันที่1	วันที่2	วันที่3	วันที่4	วันที่5	วันที่6	วันที่7	หมายเหตุ
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่1								
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่2								

การตอบรับทางอวัจนภาษาของนักท่องเที่ยว ขณะใช้บริการของพนักงานคนที่ 2								
	วันที่1	วันที่2	วันที่3	วันที่4	วันที่5	วันที่6	วันที่7	หมายเหตุ
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่1								
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่2								

จากการตัวอย่างแบบฟอร์มในการเก็บข้อมูล เพื่อที่จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ประกอบว่า มีจุดเชื่อมโยงว่ามีปัจจัยแบบไหนบ้างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริการของพนักงาน เป็นสิ่งที่จะทำให้ผู้วิจัยจะสามารถเข้าใจรับรู้ถึงความคิดทัศนคติ โดยผู้วิจัยมีการวางแผนทำการไม่สังเกตร่วม (Non-Participant Observation) โดยผู้วิจัยจะคอยสังเกตในเวลาพนักงานทั้ง 24 คนนั้น กำลังปฏิบัติหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่ ผู้วิจัยจะใช้เวลาในการสังเกตพนักงานแต่ละคน ขณะที่พนักงานคนนั้นให้บริการนักท่องเที่ยวอยู่ จำนวน 2 กลุ่มต่อวัน โดยเก็บข้อมูลเป็นเวลาทั้งหมด 10 วัน ต่อพนักงาน 1 คน ขณะที่ผู้วิจัยกำลังเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะเข้าร่วมไปเป็นนักท่องเที่ยวใช้บริการจำนวน 2 ครั้ง ต่อพนักงาน 1 คน เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลที่แม่นยำและเที่ยงตรงมากที่สุด โดยผู้วิจัยจะใช้เวลาทำการเก็บข้อมูลทั้งหมดเป็นเวลา 30 วัน

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำราบทความออนไลน์ งานวิจัย และหลักการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเกี่ยวข้องและมีความน่าเชื่อถือเพื่อนำมาวิเคราะห์กำหนดขอบเขตและให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

### 3.4.1 ขั้นตอนของการประมวลผล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยจะใช้การสังเกตร่วม (Participant Observation) มาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ และสรุปข้อมูล เพื่อนำมาประมวลผลข้อมูล

1. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการจำแนกหรือการจัดกลุ่มข้อมูลที่เป็นข้อมูลชุดเดียวกัน โดยผู้วิจัยจะทำการกำหนดคำหลัก ซึ่งจะมีหลากหลายคำ และทำการจัดแยกหาหมวดหมู่

กลุ่มคำที่มีความเชื่อมโยงและยังมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อที่สะดวกต่อการวิเคราะห์ข้อมูล แล้วจะจัดประเด็นส่วนต่างๆและทำการสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

2. นำผลจากการวิเคราะห์ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มาร่วมวิเคราะห์กับการสังเกตร่วม (Participant Observation) และการไม่สังเกตร่วม (Non- Participant Observation) เพื่อหาความสอดคล้องและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล ว่ามีปัจจัยไหนบ้างที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ที่ได้มา

3. ทำการศึกษาเอกสารข้อมูลทางวิชาการ ดำเนินความออนไลน์ งานวิจัย และหลักการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเกี่ยวข้องและมีความน่าเชื่อถือเพื่อนำมาวิเคราะห์กำหนดขอบเขตและให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อนำมาอ้างอิงว่าวิจัยที่สามารถสอดคล้องกับทฤษฎีใดบ้าง

4. สรุปผลบรรยายให้เห็นถึงความหมายและผลที่ได้รับจากการวิจัยในการตอบคำถามในเรื่องของปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการให้บริการลูกค้าของพนักงานในสวนสนุกสยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)

#### ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูล และการวางแผนสำรอง

เนื่องจากรงานวิจัยนี้ผู้วิจัยต้องมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับหัวหน้างานทั้ง 3 แผนก อาจจะมีบางท่านที่ไม่สะดวกให้สัมภาษณ์ โดยแผนสำรองคือผู้วิจัยจะไปขอสัมภาษณ์พนักงานที่ตำแหน่งรองลงมา และการแบบไม่สังเกตร่วม (Non- Participant Observation) ผู้วิจัยคิดว่ามีความเสี่ยงในการเก็บข้อมูล เนื่องจากการที่ผู้วิจัยต้องทำการสังเกตแบบอวัจนภาษา ซึ่งมีความยากต่อการสังเกต ต้องใช้ทักษะเป็นอย่างมากและต้องเก็บรายละเอียดให้ได้มากที่สุดตามหัวข้อที่ผู้วิจัยได้แจ้งไป โดยผู้วิจัยอาจจะต้องทำการศึกษา และฝึกการสังเกตแบบอวัจนภาษาให้มากขึ้น และมีการวางแผนจัดเรียงลำดับข้อมูลให้ดีเพื่อนำมาเขียนวิเคราะห์และสรุปผลต่อไป

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาข้อมูลหัวข้อวิจัยเรื่อง “การให้บริการนักท่องเที่ยวของพนักงานในสวนสนุก สยาม อะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park)” ผู้ทำวิจัยใช้รูปแบบระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยจะใช้การสังเกตร่วม (Participant Observation) โดยคำถามนั้นจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและจะมีการกำหนดคำสำคัญต่างๆ (Keyword) และการที่เก็บข้อมูลวิจัย ผู้วิจัยจะทำการสังเกตลักษณะการไม่สังเกตร่วม (Non-Participant Observation) โดยมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มพนักงานสวนสนุก สยามอะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park) และกลุ่มของนักท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และจะมีการนำข้อมูลที่ได้อมารวมกับข้อมูลจากงานวิจัย ทฤษฎี และเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญในการดำเนินการประกอบด้วยโดยตามขั้นตอนมีดังนี้

- 4.1 กระบวนการเก็บข้อมูล อุปสรรคและความท้าทายในการเก็บข้อมูล
- 4.2 ผลการเก็บข้อมูลจากกลุ่มหัวหน้างาน พนักงาน และนักท่องเที่ยว
- 4.3 แนวคิดจากผลวิจัย
- 4.4 ประเด็น และ ความเห็นต่าง

#### 4.1 กระบวนการเก็บข้อมูล อุปสรรคและความท้าทายในการเก็บข้อมูล

จากประสบการณ์ของผู้วิจัยในการเก็บข้อมูลเชิงลึก ผู้วิจัยนั้นได้ทำการศึกษาและใช้เวลาในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยตรงกับกลุ่มพนักงานที่เป็นหัวหน้าทั้ง 3 แผนก จำนวนทั้งหมด 6 คน ซึ่งทางผู้วิจัยได้มีการกำหนดขั้นตอนกระบวนการ ขั้นตอนในการทำงานเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ อย่างเป็นไปตามขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ เพื่อที่จะให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นไปอย่างเป็นระบบตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งใจไว้ แต่ระหว่างในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยได้เกิดข้อผิดพลาดและอุปสรรคไม่ได้อยู่ในแผนที่ผู้วิจัยได้วางเอาไว้ซึ่งเป็นความท้าทายที่เข้ามาระหว่างการเก็บข้อมูลทำวิจัย ผู้วิจัยมีความตั้งใจกล่าวถึงสิ่งที่ผู้วิจัยได้พบเจอระหว่างกระบวนการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งจะ

เป็นแนวทางของการศึกษาและการพัฒนากระบวนการเก็บข้อมูลให้ผู้วิจัยท่านอื่นที่อยากจะศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าของพนักงานในสวนสนุกสยามอะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park)

### อุปสรรค

ข้อจำกัดด้านเวลาเป็นอุปสรรคที่สำคัญของผู้ทำวิจัย ซึ่งเป็นเรื่องของเวลาที่มีจำกัดระหว่างการเก็บข้อมูลเพราะตัวของผู้วิจัยทำงานประจำ 5 วันต่อสัปดาห์ ตั้งแต่เวลา 09.00-18.00 น. และผู้วิจัยมีเรียนที่มหาวิทยาลัย 3 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งตอนแรกที่สวนสนุก สยามอะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park) มีการปรับเวลาปิดทำการจนถึง 21.00 น. ตอนนั้นทำให้ผู้วิจัยไปเก็บข้อมูลได้เวลาหลังเลิกงานได้อย่างสะดวก แต่เปิดได้ไม่ถึงเดือนทางสวนสนุก สยามอะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park) ได้เลื่อนเวลาปิดทำการเป็น 18.00 น. ซึ่งตรงกับเวลาเลิกงานของผู้วิจัย ทำให้เวลาการที่ไปสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการไม่สังเกตพร้อมก่อนข้างน้อย เพราะถ้าผู้วิจัยขอไปสัมภาษณ์หลังเลิกงานก็เกรงใจต่อผู้ให้สัมภาษณ์ จึงส่งผลให้ผู้วิจัยต้องทำตารางจัดเวลาสัมภาษณ์ได้แค่วัน 1 คนเท่านั้น เนื่องจากต้องหาเวลาว่างของทางผู้วิจัยเองให้ว่างเหมาะสมกับผู้ให้สัมภาษณ์

### ความผิดพลาด

ความผิดพลาดของคำถามที่เตรียมมาและการเตรียมพร้อมของผู้วิจัยก่อนไปสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์จริงกับหัวหน้างานคนแรก มีข้อคำถามในหลายๆประเด็นแต่พอไปสัมภาษณ์จริงเกิดความประหม่าเลยทำให้การจัดเรียงประเด็นของข้อคำถามนั้นไม่เรียงไม่ตามไปที่ตั้งไว้ตั้งแต่แรก และทางผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ในการพูดของผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ทำให้ออกนอกเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับเนื้อหาข้อมูลของการวิจัย ซึ่งทำให้ผู้วิจัยไม่ได้คำตอบที่ไม่ชัดเจน ได้ประโยชน์ที่กำกวม ชับซ้อน จนถึงทำให้ผู้วิจัยนั้นลืมบางคำถามที่จัดเตรียมไว้ ซึ่งคำถามของผู้วิจัยนั้นจะเป็นคำถามวงกว้างไม่ได้ตีกรอบของคำถามเพื่อทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ประคิษฐ์คำตอบออกมาเพื่อให้ได้คำตอบที่แท้จริงมากที่สุดแต่ไม่ได้เป็นอย่างที่ผู้วิจัยคาดหวังและตั้งใจเอาไว้ แต่เมื่อได้เกิดความผิดพลาดครั้งนี้ขึ้นทำให้ผู้วิจัยได้จัดการแก้ไขปัญหาและมีการวางแผนใหม่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม และผู้วิจัยได้ทำการเตรียมพร้อมสำหรับการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป โดยมีการเรียงลำดับประโยคคำถามเป็นกระบวนการขั้นตอนตามลำดับเพื่อไม่ให้เกิดการวกไปวนมาของคำถามและคำตอบ จึงทำให้การสัมภาษณ์ในครั้งถัดไปมีความไหลลื่นมากขึ้น และมีการแก้ไขปัญหสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ดีขึ้น

### ความท้าทาย

ความท้าทายแรกคือการเข้าไปแบบไม่สังเกตร่วม โดยทางผู้วิจัยใช้วิธีในรูปแบบของอวัจนภาษา ทำให้ยากต่อการสังเกตค่อนข้างมากเพราะรูปแบบของการสังเกตในลักษณะนี้ผู้วิจัยต้องคอยจ้องมองตลอดเวลา แต่ต้องหาวิธีที่ไม่ให้ผู้ถูกสังเกต คือพนักงานและนักท่องเที่ยวไม่让他รู้ว่าคอยโดนจับสังเกตอยู่ เพราะฉะนั้นจะเกิดการกระทบ เกิดความอึดอัด และไม่เป็นธรรมชาติต่อการแสดงออกมาทางอวัจนภาษาได้ ซึ่งทางผู้วิจัยต้องคอยห้ามมในการสังเกตครั้งนี้ให้ได้แบบเนียนมากที่สุด

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาข้อมูลหัวข้อวิจัยเรื่อง “การให้บริการลูกค้าของพนักงานในสวนสนุกสยามอะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park)” ในการเก็บรวบรวมข้อมูลรูปแบบระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยผู้วิจัยจะเลือกใช้คำถามกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาคือ กลุ่มพนักงานที่เป็นหัวหน้าทั้ง 3 แผนก จำนวนทั้งหมด 6 คน และกำหนดระยะเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 25 - 45 นาที เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลของการวิจัย ได้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Information) ได้มีการให้ข้อมูลที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการศึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

	เวลาในการสัมภาษณ์	เพศ	อายุ	แผนก
ผู้ถูกสัมภาษณ์ท่านที่ 1	22	หญิง	46	ดูแลลูกค้า
ผู้ถูกสัมภาษณ์ท่านที่ 2	18	หญิง	35	ดูแลลูกค้า
ผู้ถูกสัมภาษณ์ท่านที่ 3	20	ชาย	43	ควบคุมเครื่องเล่น
ผู้ถูกสัมภาษณ์ท่านที่ 4	19	ชาย	39	ควบคุมเครื่องเล่น
ผู้ถูกสัมภาษณ์ท่านที่ 5	18	หญิง	37	ขายอาหาร
ผู้ถูกสัมภาษณ์ท่านที่ 6	24	หญิง	51	ขายอาหาร

ของในส่วนถัดไปผู้วิจัยทำการเริ่มสังเกตพนักงานในรูปแบบ การไม่สังเกตร่วม (Non-Participant Observation) ที่มีแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory คุณภาพการบริการทั้ง 5 รวมถึงมีการสังเกตของ อวัจนภาษา มาเกี่ยวเนื่องด้วย โดยมีการเก็บสังเกตในการเก็บข้อมูล จำนวนพนักงานทั้งหมด 24 คน และร่วมสังเกตในรูปแบบของอวัจนภาษาของกัมนักท่องเที่ยวที่ได้รับการบริการจากพนักงานอยู่ จำนวน 2 กลุ่มต่อวัน ใช้เวลาสังเกตทั้งหมด 7 วัน ต่อพนักงาน 1 คน โดยผู้วิจัยนำข้อมูลเหล่านี้มาทำเป็นตารางของแต่ละหัวข้อเพื่อนำมาเก็บข้อมูลของแต่ละ

ละวันและแต่ละบุคคล โดยผู้วิจัยจะทำการเขียนข้อมูลของแต่ละวันที่เก็บมาได้ใส่ลงไปในตารางของแต่ละวัน อวัจนภาษาจึงเป็นภาษาที่มีความเที่ยงตรงมากที่สุด สามารถเห็นถึงทัศนคติของพนักงานได้อย่างแท้จริง เพื่อที่จะเป็นการยืนยันความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลในการวิจัย ทางผู้วิจัยสามารถเอาข้อมูลในการสังเกตทั้งหมดนี้มาประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกของหัวหน้างานแล้วนำมาวิเคราะห์หาปัจจัยเพื่อเชื่อมโยงกับทฤษฎีที่ผู้วิจัยเลือกนำมาศึกษา

#### 4.2 ผลการเก็บข้อมูลจากกลุ่มหัวหน้างาน พนักงาน และนักท่องเที่ยวน

จากการสัมภาษณ์หัวหน้างานทั้ง 3 แผนก จำนวน 6 คนนั้น ทางผู้วิจัยได้รวบรวมคำสำคัญที่เกี่ยวข้อง (Keyword) โดยมีข้อมูลรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### การอยู่เป็นครอบครัวมากกว่าขั้นเด็ดขาด

จากการสัมภาษณ์หัวหน้างานที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์มา หัวหน้างานของแต่ละแผนกมีกระบวนการในลักษณะของการทำงานที่เป็นแพทเทิร์นในรูปแบบเดียวกัน ไม่มีรูปแบบในการดูแลลูกน้องที่แตกต่างกันแต่อย่างใด อาทิเช่น ในการที่ลูกน้องทำผิดกฎ ในกรณีของที่ไม่ได้เป็นกฎที่ร้ายแรงจะมีแค่การตักเตือน หรือที่ว่าเป็นการพูดคุยแบบประณีประนอม พูดคุยในลักษณะของพี่น้องที่ร่วมงานกันมากกว่าที่จะพูดคุยในเชิงลักษณะของหัวหน้างาน ลูกน้อง และก่อนการปฏิบัติงานจะมีการทบทวนก่อนหรือลักษณะของการที่หัวหน้าเข้ามาทำให้ดูเป็นตัวอย่างให้พนักงานเข้าปฏิบัติหน้างานก่อนทุกครั้ง หรือเข้ามามีส่วนร่วมร่วมกับพนักงาน ซึ่งมีการทำแบบนี้ทุกแผนก กระบวนการทั้งหมดนี้ของหัวหน้างานที่มีต่อพนักงาน ซึ่งทำให้พนักงานมีความสบายใจที่อยากจะเข้าปฏิบัติงานแบบมีความสุข อยู่กันเป็นครอบครัวไม่อยากจะให้พนักงานมีกำแพงต่อหัวหน้างาน มองว่าหัวหน้างานนั้นเป็นแบบอย่างที่ดี พี่ที่ทำงานที่ดี นำเอาเป็นตัวอย่าง แต่ถ้าพอถึงเหตุการณ์ที่พนักงานทำผิดร้ายแรงจริงๆ ถึงขั้นทำให้บริษัทเสียหาย หัวหน้างานนั้นก็จะต้องทำการลงโทษตามกฎระเบียบของบริษัท เพื่อให้เป็นตัวอย่างต่อพนักงานคนอื่นๆ และเป็นการที่ไม่ให้แผนกอื่นมามองคนแผนกของตนเองไม่ดี ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมคำสำคัญต่างๆ (Keyword)

“เมื่อบรมรายวันแก่พนักงานปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานมีปัญหาอะไรไหม พบอะไรที่ผิดปกติกับลูกค้าหรือเครื่องเล่นใหม่ มีชมเชยพนักงานที่เก็บของได้ ในการเทรนมมีคนเข้ามาอบรมฝ่ายบุคคลมีการเข้ามาอบรม ข้อผิดพลาดที่ผ่านมา ไม่มีอึมแยมแจ่มใส การแก้ปัญหาคือ เรียกเข้ามาปรับทัศนคติ พูดคุยชี้แจงว่างานบริการควรเป็นยังไง ไม่สามารถตอบปัญหาลูกค้าได้ เช่น เครื่องเล่นตัวนี้ไปทางไหน ในกรณีพนักงานเข้ามาใหม่ การแก้ปัญหา ให้พนักงานคนนั้นไปสอบถามหัวหน้า



การแต่งกาย ร้องทำหุ้มน้ สั้น มัดผม กางเกงสแล็ค การเก็บของใช้ส่วนตัวไว้ตรงจุดปฏิบัติงานตรงนั้น เรื่องโทรศัพท์ มีการเล่นตลอดเวลา ขณะที่ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ มีการอบรม แต่ถ้ามากไปก็เข้าปรับทัศนคติ มีการดักเตือน ดักเตือนทั้งหมด 3 ครั้ง และมีการออกไปเตือน ในส่วนของการรอคิวงานสาเหตุเกิดจากเครื่องเล่นการขัดข้อง พนักงานเปิดไม่พอ มีการแก้ปัญหา ตอนเช้าทุกวัน ก่อนเปิดให้บริการ ต้องมีการเช็คเครื่องก่อน” (หัวหน้างานแผนกดูแลเครื่องเล่น)

“มีการอบรมอาทิตย์ละครั้ง ห้ามให้พนักงานเข้าประจำจุดสาย ให้พนักงานจัดเตรียม เปิดซุ้มทำความสะอาดจัดเตรียมอุปกรณ์ในการขาย แต่งกายให้เรียบร้อย เก็บผม ใส่เอี๊ยม มีการทำความสะอาดร่างกายตลอดเวลา ปัญหาที่ลูกค้า เรื่องหน้าไม่รับแขก หน้าบึ้ง พูดจาไม่มีหางเสียง การแก้ปัญหาคือมีแต่การเรียกอบรมพนักงาน หรือ อบรมตอนขณะทำงาน การเก็บของใช้ส่วนตัวไว้ตรงจุดปฏิบัติงานตรงนั้น เรื่องโทรศัพท์ มีการเล่นตลอดเวลาในขณะที่ไม่มีนักท่องเที่ยว มีการดักเตือน ดักเตือนทั้งหมด 3 ครั้ง และมีการออกไปเตือน มีการอบรม การรอคิว มีการแก้ปัญหาโดยให้พนักงานส่วนอื่นเข้ามาช่วยเหลือในจุดที่ลูกค้าเยอะ” (หัวหน้างานแผนกอาหาร)

“เข้ามาก่อนปฏิบัติงานมาประชุมก่อนเริ่มงาน ด้านบริการ ดูแลตัวเราเองว่าพร้อม ให้บริการใหม่ พูดจาไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส ถ้ามีลูกค้าเดินมา เราก็ต้องพร้อมให้บริการ ปัญหา ลูกค้า โวยวายเรื่อง อะไรทำไมต้องเก็บตังค์ทุกอย่าง พร้อมแจ้งลูกค้าว่าเป็นนโยบายบริษัท เป็นหน้าที่ พร้อมแก้ปัญหาให้ลูกค้า ขโมยของลูกค้า ไม่เคยเกิดขึ้น ถ้าเจอสิ่งของเราก็ส่งไปที่ประชาสัมพันธ์ พนักงานไม่ยิ้มแย้ม เกิดจากเหตุในครอบครัว ก็จะเกิดการดักเตือน ว่าในระหว่างที่ปฏิบัติหน้าที่ควรปฏิบัติ ส่วนในเรื่องของการเล่น โทรศัพท์ของพนักงาน มีเล่นเยอะ แต่ระยะหลังมีการเล่นในห้องน้ำ แก้ปัญหา จะบอกว่ามีงานอยู่ให้ช่วยมาเก็บ แต่ไม่แน่ใจว่า เล่นโทรศัพท์ จะพูดเชิงว่าออกจากห้องน้ำ เร็วๆนะ การเก็บของใช้ส่วนตัว ไม่มีปัญหา เพราะมีการเก็บที่ดีในล็อกเกอร์ส่วนตัวของพนักงาน” (หัวหน้าแผนกดูแลลูกค้า)

ในส่วนของการไม่สังเกตร่วม (Non- Participant Observation) ในรูปแบบของอวัจนภาษาของพนักงานและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

#### การบริการที่ดีคือการแสดงออกมาจากทางอวัจนภาษา

ผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตแบบไม่สังเกตร่วมนั้น ฉะนั้นผู้วิจัยได้เห็นการแสดงออกทางอวัจนภาษาของพนักงานและนักท่องเที่ยว การแสดงออกของพนักงานนั้นซึ่งมีผลต่อปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะการแสดงออกนั้น สามารถส่งผลถึงต่อจิตใจ การรับรู้ การนึกคิดของพนักงานมีต่อนักท่องเที่ยวได้ ว่าขณะที่พนักงานนั้นปฏิบัติหน้าที่ที่มีความเต็มใจ รักในงานบริการ

นั้นใหม่ นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความคาดหวังว่าให้พนักงานจะให้การต้อนรับการบริการที่ดี ซึ่งมีผลที่ดีต่อองค์กรอีกด้วย

### ความอรรถยาศัยที่ดีของพนักงาน

นักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาใช้บริการจากพนักงานนั้นได้แสดงออกจกสีหน้าที่มีความคาดหวังว่าจะได้การบริการที่ดี ด้วยสีหน้า ท่าทาง แววตา การพูดจาต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมที่จะให้บริการ การแสดงการบริการอย่างอบอุ่นเป็นกันเองซึ่งเป็นการแสดงออกทางความคิดและเป็นความรู้สึกที่ดี ท่าทางของพนักงานที่มีความกระตือรือร้นนั้นทำให้ นักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกประทับใจสามารถดูด้วยจากการแสดงออกทางสีหน้าของนักท่องเที่ยว

### ความมีมิตรไมตรีของพนักงาน

ในส่วนของพนักงานที่ให้บริการนั้นมีการแสดงออกให้นักท่องเที่ยวเห็นว่า การที่พนักงานมีมิตรตรีก็จะเป็นการที่สามารถเอาชนะใจของนักท่องเที่ยวได้ จากการบริการที่ดีที่ผนวกเข้ากับการช่วยเหลือของพนักงานที่มีความตั้งใจที่จะเข้าช่วยเหลือไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กน้อย ก็สามารถทำให้เกิดความพอใจจากนักท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เกิดการพูดคุยด้วยน้ำเสียงที่มีความพึงพอใจ จากการแสดงสีหน้าของพนักงานที่มีความกังวล ก็สามารถเปลี่ยนเป็นสีหน้าที่คลายกังวลหลังจากที่ได้รับการช่วยเหลือจากพนักงาน

### การมุ่งมั่นของพนักงานบริการ

พนักงานนั้นมีความมุ่งมั่นกับการเข้าให้บริการกับลูกค้าอย่างเต็มที่ด้วยสายตาแววตาที่แสดงออกมาขณะปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งความมุ่งมั่นนั้นมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวเนื่องกับความเอาใจใส่ของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยว ไม่มีการเพิกเฉยละเลยต่อหน้าที่แต่อย่างใด พอนักท่องเที่ยวกำลังเข้ามาใช้บริการ พนักงานนั้นก็มีการลุกที่รวดเร็วแล้วพร้อมที่จะให้บริการบวกกับการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการอย่างรวดเร็ว พอถึงเวลาไม่มีนักท่องเที่ยวใช้บริการ พนักงานทุกคนย่อมมีการหมั่นดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และตัวเครื่องเล่น ซึ่งส่งผลให้เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในบริเวณที่พนักงานดูแลอยู่

### การแต่งกายของพนักงาน

พนักงานทุกท่านมีกายแต่งกายที่เรียบร้อยถูกต้องตามกฎระเบียบของบริษัทซึ่งส่งผลความน่าเชื่อถือต่อนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ซึ่งผู้วิจัยได้เข้าไปสุ่มใช้บริการ ยืนอยู่ใกล้กับพนักงาน

ซึ่งพนักงานนั้นแต่งกายสะอาดและเรียบร้อย โดยไม่มีกลิ่นตัวแต่อย่างใด ซึ่งการแต่งกายทำให้มีผล  
 อยากให้ผู้วิจัยอยากเข้าไปใช้บริการ และจากที่ผู้วิจัยสังเกตกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ก็ไม่มี  
 ปฏิกริยาท่าทางรังเกียจพนักงานแต่อย่างใด มีความที่ใกล้ชิด พูดคุยกับพนักงานด้วยน้ำตาที่สดใส  
 และอยากเข้ารับบริการ

### กิริยาและมารยาทของพนักงาน

จากที่ผู้วิจัยทำการสังเกตและเข้ารับบริการจากพนักงาน พนักงานนั้นมีความสุภาพ  
 เรียบร้อย มีมารยาท มีการวางตัวที่ดี โดยการยืนอยู่ไม่ห่างกับนักท่องเที่ยวแต่ มีการเว้นระยะที่  
 เหมาะสม มีการไหว้สวัสดีและขอบคุณนักท่องเที่ยวทุกครั้ง มีการแนะนำการใช้เครื่องเล่นแบบอ่อน  
 น้อมถ่อมตน ทำให้นักท่องเที่ยวมีการแสดงออกด้วยความประทับใจแววดา น้ำเสียง รวมถึงการที่  
 นักท่องเที่ยวนั้นรับเข้าใช้บริการอีกครั้ง

### วาจาที่สุภาพและน้ำเสียงที่ไพเราะ

พนักงานที่ให้บริการนักท่องเที่ยวนั้น ได้มีการใช้วาจาที่สุภาพมาก โดยมีการใช้คำที่ฟัง  
 แล้วรื่นหู มีแพทเทิร์นที่ดีในการพูดออกมา มีการใช้ประโยคที่ฟังที่ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเกร็ง  
 มากเกินไป “สวัสดีค่ะคุณลูกค้า ยินดีต้อนรับสู่เครื่องเล่น ไรกิง คุณลูกค้ายินรอสักครู่นะคะ เชิญค่ะ  
 คุณลูกค้า ขอโทษนะคะคุณลูกค้า รบกวนคุณลูกค้าวางกระเป๋าได้ที่ตะแกรงข้างๆ ได้เลยคะ คุณลูกค้า  
 ยกมือขึ้นหน่อยนะคะ เดี่ยวหนูทำการล็อคให้คะ คุณลูกค้าสนุกไหมคะ เล่นอีกรอบไหมคะ ขอบคุณ  
 ที่มาใช้บริการเครื่องเล่น ไรกิงคะ” และบวกเข้ากับน้ำเสียงที่หวานและชวนรื่นหู ไม่ถึงกับต้องเป็น  
 เสียงสองแต่พนักงานมีการคุมเสียงไม่ให้เสียงดังหรือทึมมากเกินไป

### การควบคุมของอารมณ์ของพนักงาน

จากที่ผู้วิจัยคอยสังเกตไม่มีพนักงานคนไหนที่ใช้อารมณ์ที่รุนแรงหรือก้าวร้าวใส่  
 นักท่องเที่ยวเลยสักคน จากที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ชาวอินเดียเข้ามาใช้บริการที่มีการสื่อสาร  
 ภาษาที่ต่างกัน ไม่มีความเข้าใจกัน แต่พนักงานพยายามที่จะใช้วิธีการภาษามือและใช้ควบคู่ไปกับมือ  
 ถือที่ช่วยแปลภาษาโดยไม่ใช้อารมณ์ที่หงุดหงิดหรือรำคาญออกมา มีการควบคุมอารมณ์ให้คงที่มี  
 และยังมีการยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่เสมอ

### ความกระตือรือร้นของพนักงาน

พนักงานนั้นมีความกระตือรือร้นคู่ได้จากสรีระของร่างกายที่มีความกระฉับกระเฉงตลอดเวลา หน้าตาที่คอยพร้อมมองหานักท่องเที่ยว ลักษณะของการนั่งที่พร้อมคอยจะให้บริการ นักท่องเที่ยวอยู่เสมอ ถึงจะมีการเล่นโทรศัพท์บ้างในช่วงที่ไม่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ แต่พนักงานได้เห็นนักท่องเที่ยวเข้ามา ก็รีบเก็บมือถือลงทันที และการเตรียมพร้อมของร่างกายที่พร้อมจะให้บริการนักท่องเที่ยว และยังมีการขอความช่วยเหลือหรือสอบถามต่างๆ ซึ่งทางผู้วิจัยไม่ได้ยินในส่วนนั้นว่านักท่องเที่ยวมาขอความช่วยเหลือเรื่องอะไรแต่พนักงานนั้นมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลืออย่างมาก ทั้งหน้าที่ที่ดูสนใจนักท่องเที่ยว หน้าตาที่ครุ่นคิด พร้อมแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยว และหลังจากนั้นนักท่องเที่ยวได้ยิ้มให้พนักงานและพูดคำว่า”ขอบคุณครับ” ซึ่งเป็นการตอบสนองของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อตัวของพนักงาน

### ความซื่อสัตย์ของพนักงาน

เป็นจังหวะที่ดีของผู้วิจัยเป็นอย่างมาก ตอนที่ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตพนักงานเสร็จ ผู้วิจัยได้เห็นพนักงานคนนึงได้เก็บกระเป๋าตังค์ของนักท่องเที่ยวได้ พนักงานคนนั้นไม่มีการเปิดดูข้างในแต่อย่างใด และรีบเดินไปให้ประชาสัมพันธ์ เพื่อประกาศหาเจ้าของกระเป๋าตังค์นั้น ทางผู้วิจัยได้นั่งรอให้เจ้าของกระเป๋าตังค์นั้นมารับ และได้เห็นกิริยาที่แสดงความขอบคุณ ทั้งการยกมือไหว้ขอบคุณพนักงานคนนั้นพร้อมใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส

### การเก็บข้อมูลทางอวัจนภาษาของ พนักงานและนักท่องเที่ยว

พนักงานคนที่1 ประจำเครื่องเล่นไวจี	
การแสดงความใกล้ชิด	มีการเข้าหาลูกค้าก่อนเป็นประจำ
ความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว	ไม่มีความเขินอาย
การที่ปล่อยให้นักท่องเที่ยวในวันรอ	ไม่มีการปล่อยให้ลูกค้ารอ
การสบตา	สบตากับความเป็นมิตร
การจ้อง	จ้องมองตอนที่ต้องดูแลลูกค้า
การใช้สายตาที่อ่อนโยน เป็นมิตร	อ่อนโยนและเป็นมิตร
การใช้สายตาของแรง มองบน	ไม่มี
การกรอกลูกค้า	ไม่มี
มีการให้คำแนะนำก่อนใช้บริการ	มีการแนะนำข้อควรระวังและวิธีการเข้าใช้บริการ
ด้วยความเต็มใจ	เครื่องเล่นอย่างละเอียด
ให้คำแนะนำเพื่อให้เสร็จไป โดย	ไม่มี
ไม่มีความเต็มใจที่จะบริการ	
ความสนใจ ความกระตือรือร้น	มีความสนใจและกระตือรือร้นตลอดเวลา
การเคลื่อนไหวศีรษะ สายหน้า พักหน้า	ไม่มี
การยิ้มให้	ไม่มี
การยิ้มหัว	ไม่มี
อาการนิ่งเฉย	ไม่มี
การแต่งกายของพนักงาน	สุภาพเรียบร้อยสะอาด
การเก็บของใช้ส่วนตัวของพนักงานที่มิดชิด	มิดชิด ไม่พบเห็น
ความชัดเจน ในการพูด	มีความชัดเจน
จังหวะ การพูดซ้ำ เร็ว	พูดกำลังพอดี
น้ำเสียงในการพูดขณะให้บริการ	น้ำเสียงที่เป็นมิตร
หยิบโทรศัพท์ขึ้นมาทีครั้ง	หยิบระหว่างไม่มีนักท่องเที่ยว
จับหลักในเวลางานทีครั้ง	ไม่พบ

พนักงานคนที่2 ฆ่าหมู	
การแสดงความใกล้ชิด	ไม่ค่อยใกล้ชิด อยู่ประจำจุดเปิดเครื่องเล่น
ความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว	มีความเป็นกันเอง
การที่ปล่อยให้นักท่องเที่ยวในวันรอ	ไม่มีการปล่อยให้ลูกค้ารอ
การสบตา	สบตากับความเป็นมิตร
การจ้อง	จ้องมองตอนที่ต้องดูแลลูกค้า
การใช้สายตาที่อ่อนโยน เป็นมิตร	อ่อนโยนและเป็นมิตร
การใช้สายตาของแรง มองบน	ไม่มี
การกรอกลูกค้า	ไม่มี
มีการให้คำแนะนำก่อนใช้บริการ	ไม่มีการแนะนำส่วนตัว แต่มีการเปิดเสียงที่อัตโนมัติ
ด้วยความเต็มใจ	วิธีเล่นเครื่องเล่นที่ถูกต้อง
ให้คำแนะนำเพื่อให้เสร็จไป โดย	ลูกค้าถาม ก็มีคำตอบสนองที่เต็มใจ
ไม่มีความเต็มใจที่จะบริการ	
ความสนใจ ความกระตือรือร้น	มีความสนใจ กระตือรือร้นตลอดเวลา
การเคลื่อนไหวศีรษะ สายหน้า พักหน้า	มีการส่งสัญญาณพักหน้าตอบรับลูกค้า
การยิ้มให้	ไม่มี
การยิ้มหัว	ไม่มี
อาการนิ่งเฉย	ไม่มี
การแต่งกายของพนักงาน	สุภาพเรียบร้อยสะอาด
การเก็บของใช้ส่วนตัวของพนักงานที่มิดชิด	ยังเห็นของใช้ส่วนตัว แต่ไม่น่าเกลียด
ความชัดเจน ในการพูด	มีความชัดเจน
จังหวะ การพูดซ้ำ เร็ว	พูดจังหวะพอดี
น้ำเสียงในการพูดขณะให้บริการ	น้ำเสียงที่เป็นมิตร
หยิบโทรศัพท์ขึ้นมาทีครั้ง	ไม่พบ
จับหลักในเวลางานทีครั้ง	ไม่พบ

การตอบรับทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยว ขณะใช้บริการของพนักงานคนที่ 1								
	วันที่1	วันที่2	วันที่3	วันที่4	วันที่5	วันที่6	วันที่7	หมายเหตุ
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่1	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	มีการให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วม
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่2	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	รู้สึกเอ็นจอยกับพนักงาน
การตอบรับทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยว ขณะใช้บริการของพนักงานคนที่ 2								
	วันที่1	วันที่2	วันที่3	วันที่4	วันที่5	วันที่6	วันที่7	หมายเหตุ
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่1	ดี	ดีมาก	ดี	ดี	ดีมาก	ดี	ดี	เนื่องจากฆ่าหมูไม่ต้องให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วม
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่2	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดี	เฉยๆ	ดีมาก	ดี	มากลูกค้าเลยรู้สึกปกติกับการให้บริการของพนักงาน

### 4.3 แนวคิดจากผลวิจัย

**แนวคิดที่ 1 การให้บริการที่ดีต้องเริ่มจากที่บ้าน สอดคล้องกับทฤษฎี คุณภาพการบริการ**

(1) การฝึกอบรมพนักงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน การที่พนักงานนั้นมีการฝึกอบรมจากหัวหน้างานอยู่เสมอก่อนที่จะเริ่มงานนั้น เพื่อเป็นการทำให้พนักงานสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อที่จะสร้างให้ลูกค้านั้นเกิดความพึงพอใจ โดยพนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว และมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือเหตุการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อองค์กร และยังสามารถดึงลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ ถ้า

พนักงานนั้นไม่ได้เกิดการฝึกอบรมจะมีผลกระทบต่อคุณภาพของงานบริการ มักจะเกิดผลเชิงลบของพนักงาน ที่ทำงานแบบไม่มีความสุข ไม่เข้าใจในงานที่แท้จริง

(2) หัวหน้างานทุกแผนกที่ถูกผู้วิจัยสัมภาษณ์มีลักษณะเดียวกัน คืออยู่กันเป็นครอบครัว ทุกคนในแผนกไม่ว่าจะเป็นหัวหน้างานหรือลูกน้อง ทุกคนเหมือนอยู่บ้านหลังเดียวกัน ทุกคนไปด้วยกัน ประสานงานด้วยกันได้ดี เพราะความสนิทของหัวหน้างานกับพนักงาน ที่มีการพูดคุยกันตลอดเวลา เป็นการสร้างความผูกพันระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน ซึ่งมีการส่งผลให้ทำงานได้ง่ายขึ้น ทำให้ลูกน้องนั้นเกิดพลังบวกต่อหัวหน้างานและคนที่ร่วมงานกันมากขึ้น ในเมื่อเกิดสภาพแวดล้อมของการทำงานที่ดี ย่อมส่งผลต่องานให้มันดีขึ้น โดยไม่ยึดในหลักกฎเกณฑ์มากเกินไปเลยทำให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กรมากเกินไป

(3) ประสบการณ์ที่ลูกค้าหลังการเข้ารับบริการ การที่พนักงานมีพลังงานบวกตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงานก็จะทำให้ส่งผลต่อการนำเสนอการให้บริการให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความคิดและทัศนคติที่ดี จนเกิดความพึงพอใจและเกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ รวมถึงการบอกต่อประสบการณ์ที่ดีที่ได้รับจากการรับเข้าบริการส่วนบุคคลครั้งนี้เป็นทอด ๆ

## แนวคิดที่ 2 การบริการของพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทางอวัจนภาษาสอดคล้องกับทฤษฎี Servqual Model

(1) ทักษะในการที่พนักงานจะสื่อสารในทางปฏิบัติ และการสื่อสารที่ดี ความชัดเจนในการสื่อสารของพนักงาน ซึ่งการสื่อสารของพนักงานซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญมากในงานของการบริการ พนักงานมีการสื่อสารที่ดี และชัดเจน เพราะการส่งการสื่อสารที่ดีนั้นออกไปให้แก่ลูกค้าจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประทับใจในตัวของการรับบริการครั้งนี้ รวมถึงตอบสนองความต้องการของลูกค้าในขณะนั้นได้ เพื่อทำให้ลูกค้านั้นเกิดความมั่นใจในการบริการของพนักงาน ซึ่งเห็นจากการตอบสนองของลูกค้าทางอวัจนภาษาว่ามีการแสดงออกทางอารมณ์ สีหน้า ท่าทาง ว่ามีความพึงพอใจในขณะที่ได้รับบริการ และยังช่วยทำให้ลูกค้ามองธุรกิจเราเป็นธุรกิจที่มีอาชีพ และเกิดการไว้วางใจขณะที่รับบริการจากพนักงานคนนั้นอยู่

(2) การที่พนักงานนั้นจะมีการแสดงออกแก่นักท่องเที่ยว พนักงานนั้นต้องแสดงความสุขภาพ ความมีมารยาท และในการวางตัวที่ดีของพนักงาน รวมถึงการแสดงออกทางใบหน้า ท่าทาง กิริยามารยาท ความสุภาพ และมีการสร้างความเป็นกันเองทำให้ลูกค้าเกิดความอุ่นใจ การที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ส่วนใหญ่ลูกค้าทุกคนมีความคาดหวังและเป็นสิ่งที่ลูกค้าควรจะได้รับจากการบริการของพนักงานที่จะได้การบริการที่สุภาพ รวมถึงการแสดงออกโดยรวม ซึ่งจะเห็นได้ว่าพนักงานมีการ

วางตัวที่ดี มีมารยาทที่ดี มีความสุภาพนั้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจเป็นอย่างมาก และมีการให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมเหมือนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ที่ดีที่ลูกค้าได้รับ

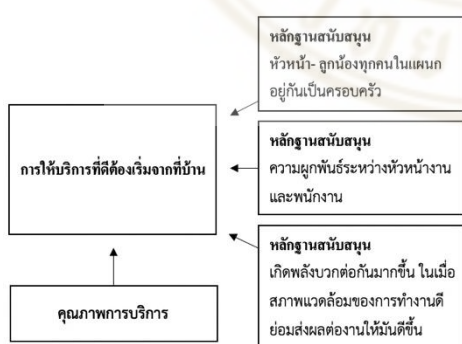
(3) การเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือลูกค้า รวมถึงการให้บริการที่รวดเร็ว การเอาใจใส่และการแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า ซึ่งเป็นการตอบสนองของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อตัวของพนักงาน

(4) มีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า อาทิเช่น เรื่องให้นักท่องเที่ยวรอคิวนาน แต่ไม่มีการปล่อยให้ลูกค้าแคว้ง การแก้ไขของพนักงานคือการที่พนักงานมีการพูดคุย บอกกล่าวสาเหตุในการรอ รวมถึงการพยายามจัดการบริการให้นักท่องเที่ยวเร็วขึ้น

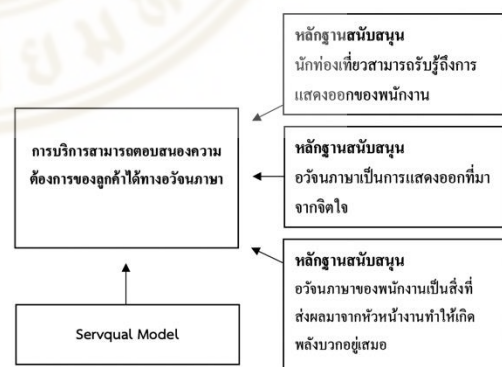
(5) การสร้างบรรยากาศ สภาพแวดล้อม และทัศนียภาพให้ดูน่ารื่นรมย์ สะอาดตาที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาใช้บริการจากบริเวณในจุดนั้นๆ และยังมีเตรียมความพร้อมของพนักงาน

(6) สรุปทั้งหมดคือการแสดงออกต่างๆทางอวัจนภาษาของพนักงานนั้นต้องมาจากจิตใจของพนักงานนั้นจริงๆ อวัจนภาษาเป็นภาษาที่จริงมากที่สุด ถ้าพนักงานนั้นจะแสดงอวัจนภาษาออกมาทั้งที่จิตใจส่วนลึกไม่ได้เป็นแบบนั้นจริงๆ ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ เพราะอวัจนภาษานั้นไม่ใช่แค่ภาษากาย แต่รวมถึงทั้งหมดที่แสดงออกมาภายนอกของพนักงาน ซึ่งอวัจนภาษาสามารถสอนกันได้ในการสอนครั้งนี้ไม่ใช่เป็นการสอนแบบโดยตรงจากหัวหน้างาน แต่ซึ่งเป็นการส่งผลจากการที่หัวหน้างานทำให้พนักงานนั้นเกิดพลังบวกอยู่เสมอ

## แนวคิดที่ 1



## แนวคิดที่ 2



#### 4.4 ประเด็น และความเห็นต่าง

จากแนวคิดของคุณภาพการให้บริการ นั้นเป็นการวิเคราะห์จากการคุณภาพองค์กรวม ซึ่งอาจจะไม่ใช่การใช้ด้วยวัฒนธรรมแบบครอบครัวเลยซะทีเดียว แต่เมื่อมาใช้ความเป็นครอบครัวมาเกี่ยวเนื่องกับงานเพื่อสร้างความเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง สิ่งนั้นซึ่งจะทำให้หัวหน้านั้นมีความคาดหวังจากลูกน้องมากขึ้น คาดหวังจากเนื้องานที่ลูกน้องนั้นจะผลิตออกมาให้มีคุณภาพ ซึ่งการที่อยู่กันเป็นแบบครอบครัวนั้นส่วนมากแล้วเนื้องานที่ออกมาจะไม่ดีเท่าที่ควร เพราะมีเส้นกั้นระหว่างความจริงจังกับงานและความสบายๆที่ไม่ตึงเครียด ทำให้เส้นแบบคำว่ามืออาชีพนั้นหายไป ซึ่งการที่จะเป็นความจริงและควรถูกนำมาปฏิบัติ นั้นไม่ควรยึดหลักของคำว่าวัฒนธรรมครอบครัว เพราะการเปรียบเทียบจากความสัมพันธ์ของคำว่าครอบครัว ทำให้เกิดขึ้นได้ว่า ความผูกพันแบบนี้สามารถจะเป็นการเกรงใจต่อความรู้สึกกันได้ และการที่ใช้คำว่าเกรงใจนั้นไม่สมควรอย่างยิ่งสำหรับการเติบโตขององค์กร เนื่องจากถ้าเกิดเหตุการณ์ในการกระทำผิดจะต้องปกป้องระหว่างกันและกัน เพราะรู้สึกเกิดการใกล้ชิดกับผู้ที่กระทำผิด เพราะฉะนั้นหัวหน้างานควรจะกำหนดวัตถุประสงค์ที่จะสามารถนำไปสู่ให้พนักงานเกิดความภักดีและมีความผูกพันของพนักงานที่มากขึ้น โดยเฉพาะที่สำคัญ เมื่อมีวัตถุประสงค์บริษัทเป็นวัตถุประสงค์เดียวกับพนักงานนั้น ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์เดียวกัน รวมไปถึงต้องกำหนดและมีการสื่อสารเป้าหมายนั้นให้ชัดเจน บทบาทของพนักงานในแต่ละคนของแต่ละแผนก รวมทั้งหมดยุคนี้ควรถูกกำหนดให้มีความชัดเจน ซึ่งจะทำให้องค์กรยังคงรักษาวัฒนธรรมของบริษัท นอกจากนั้นจะทำให้พนักงานที่ทำงานร่วมกันนั้น จะเป็นเพื่อนร่วมงาน โดยที่จะไม่ยึดเยียดความสัมพันธ์ที่มีความลึกซึ้งให้กันและกัน



## บทที่ 5

### บทสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาข้อมูลหัวข้อวิจัยเรื่อง “การให้บริการนักท่องเที่ยวของพนักงานในสวนสนุกสยาม อะเมซิงพาร์ค (Siam Amazing Park)” โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษามีดังต่อไปนี้

1. เพื่อเป็นการศึกษาคูณลักษณะของคุณภาพของพนักงานที่ให้บริการที่สามารถส่งต่อความประทับใจ เกิดความพึงพอใจจนอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำแก่นักท่องเที่ยว
2. เพื่อเป็นการศึกษาคูณลักษณะของการให้บริการของพนักงานที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ
3. เพื่อเป็นการศึกษาลักษณะคุณภาพการให้บริการบนทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory คุณภาพการบริการทั้ง 5 ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เกิดความพึงพอใจจากการที่มาใช้บริการ

โดยการที่ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการเก็บวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยจะใช้การสังเกตร่วม (Participant Observation) และผู้วิจัยทำการเริ่มสังเกตพนักงานในรูปแบบ การไม่สังเกตร่วม (Non-Participant Observation) เป็นการสังเกตของ อัจฉริยา มาเกี่ยวเนื่องด้วย โดยมีการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัยแนวคิด

5.1.1 สรุปผลแนวคิด ทฤษฎี คุณภาพการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องในเรื่องการให้บริการที่ดีต้องเริ่มจากที่บ้าน

5.1.2 สรุปผลแนวคิด ทฤษฎี Servqual Model of Service Quality Theory ที่ส่งผลต่อการบริการของพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทางอัจฉริยา

#### 5.2 ข้อจำกัดของงานวิจัย

5.3 ประโยชน์ที่ผู้วิจัยได้รับในการทำวิจัยครั้งนี้

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

## 5.1 สรุปผลการวิจัยแนวคิด

### 5.1.1 การให้บริการที่ดีต้องเริ่มจากที่บ้าน

แนวคิดของการให้บริการที่ดีต้องเริ่มจากที่บ้านนั้นที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้นั้นคือ วัฒนธรรมขององค์กรมีหลากหลายความหมายหลากหลายปัจจัยที่นำเข้ามาร่วมกันและยังมีอิทธิพลต่อความเชื่อในแนวทางการปฏิบัติ อาทิเช่น ประเพณี ศาสนา องค์กรของความรู้ ประสบการณ์ที่เคยได้รับ ระบบที่สืบทอดต่อกันมาในอดีต ความสัมพันธ์ของคนทำงาน สถานการณ์ความเป็นอยู่ สภาพการทำงานของผู้นำ จนถึงกระทั่งภาวะผู้นำของสังคมในองค์กรนั้นๆ ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเมื่อรวมกันก่อให้เกิดค่านิยม แบบแผนต่างๆและเกิดเป็นสิ่งแวดล้อมที่ทำให้คนเรานั้นมีความเชื่อและแนวทางในการปฏิบัติ โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการไปศึกษาวิจัยมาได้ผลสรุปโดย หัวหน้างานทุกแผนกที่ถูกผู้วิจัยสัมภาษณ์มีลักษณะเดียวกัน คืออยู่กันเป็นครอบครัว ทุกคนในแผนกไม่ว่าจะเป็นหัวหน้างานหรือลูกน้อง ทุกคนเหมือนอยู่บ้านหลังเดียวกัน นั่นก็คือวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว (Clan)

การฝึกอบรมพนักงานจากที่แผนกของแต่ละแผนกนั้น เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน การที่พนักงานนั้นได้รับการฝึกอบรมอยู่เสมอก่อนเริ่มปฏิบัติงานซึ่งจะเห็นได้ว่าพนักงานสามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการที่ให้พนักงานสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการสวนสนุก โดยพนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวได้

ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้าและลูกน้องจนถึงพนักงานที่ร่วมงานด้วยกันนั้นมีความสำคัญมาก ซึ่งความสัมพันธ์แบบนี้มีส่วนที่จะช่วยซัพพอร์ตไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำงาน อารมณ์ และการสร้างมิตรภาพในการทำงาน สามารถสะท้อนออกมาได้ในบริบทของวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว

แง่มุมของวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัวนั้นจะมีการ เคารพซึ่งกันและกัน การเห็นอกเห็นใจ มีความห่วงใยความรู้สึกกัน ความเป็นมิตรและอบอุ่นเสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน วัฒนธรรมแบบครอบครัวนั้นจะมีคนที่เป็นผู้นำก็คือหัวหน้างานที่ทำตัวเสมือนเป็นหัวหน้าครอบครัว เป็นพ่อ เป็นแม่ หรือเป็นคนที่ยกคำปรึกษา สนับสนุนลูกน้องหรือพนักงานทุกคนเปรียบเหมือนสมาชิกในครอบครัวคนนึงมีการพูดคุยสื่อสารที่มีความแน่นแฟ้นแบบเป็นกันเอง ที่ทำทุกคนนั้นมีการร่วมกันตัดสินใจ ทุกคนมีส่วนร่วมรู้ส่วนเห็นในเนื้องาน มีการทำงานแบบร่วมกันแบบเป็นทีม จนทำให้มีความรู้สึกที่เป็นเจ้าขององค์กรของหัวหน้างาน ลูกน้อง และพนักงานที่ร่วมงานกัน ซึ่งที่กล่าวมานั้นสามารถช่วยให้การทำงานนั้นมีความง่ายและเหล่าพนักงานจะมีความสุขระหว่างการทำงานซึ่งจะส่งผลให้ผลลัพธ์ของการบริการของพนักงานนั้นออกมาดี

การที่มีวัฒนธรรมแบบครอบครัวนั้นทำให้หัวหน้างานและลูกน้องเกิดอารมณ์ผูกพันที่ต้องค์กรมมากขึ้น ซึ่งความผูกพันนี้มีส่วนช่วยลดความขัดแย้งในองค์กรได้ และยังส่งเสริมการเข้าสังคมทำให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมได้ เพราะองค์กรแบบครอบครัวนั้นสามารถสร้างให้หัวหน้างานและลูกน้องจนถึงคนที่ร่วมงานกันนั้นเกิดความคิดเชิงบวกซึ่งมีการส่งผลให้ทำงานได้ง่ายขึ้น ทำให้ลูกน้องนั้นเกิดพลังบวกต่อหัวหน้างานและคนที่ร่วมงานกันมากขึ้น ในเมื่อเกิดสภาพแวดล้อมของการทำงานที่ดี ย่อมส่งผลต่องานให้มันดีขึ้น โดยไม่ยึดในหลักกฎเกณฑ์มากเกินไปเลยทำให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กรมากเกินไป และยังสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานซึ่งสามารถส่งผลต่อประสบการณ์ที่ลูกค้าหลังการเข้ารับบริการ การที่พนักงานมีพลังงานบวกตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงานก็จะทำให้ส่งผลต่อการนำเสนอการให้บริการให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีจนเกิดความพึงพอใจและเกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

### 5.1.2 การบริการของพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทาง อวัจนภาษา

แนวคิดของการบริการของพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทางอวัจนภาษา จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการสังเกตการแสดงออกทางสีหน้าร่างกาย และพฤติกรรมของพนักงานให้บริการรวมถึงนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการขณะนั้น โดยอวัจนภาษาเป็นความรู้สึกนึกคิดในส่วนลึก อวัจนภาษาจึงเป็นภาษาที่สื่อสารความจริงมากกว่า มีความเที่ยงตรงมากที่สุด สามารถเห็นถึงทัศนคติของพนักงานได้อย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังกับการแสดงออกของพนักงานนั้นซึ่งมีผลต่อปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะการแสดงออกนั้นสามารถส่งผลถึงต่อจิตใจ การรับรู้ การนึกคิดของของพนักงานมีต่อนักท่องเที่ยวได้ ว่าขณะที่พนักงานนั้นปฏิบัติหน้าที่ที่มีความเต็มใจ รักในงานบริการ นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความคาดหวังจะให้พนักงานจะให้การต้อนรับการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

โดยทางผู้วิจัยพบว่า เรื่องของการบริการของพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทางอวัจนภาษา ซึ่งอวัจนภาษานั้นเป็นสิ่งที่แสดงออกมาจากภายนอกเป็นสิ่งที่สามารถควบคุมได้ยาก เพราะการแสดงออกมานั้นมาจากเกิดจิตใต้สำนึก การนึกคิดของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยวและความนึกคิด ทัศนคติต่องานที่ตัวเองนั้นทำอยู่ แต่จริงแล้วถ้าเป็นการตั้งใจที่จะแสดงออกมานั้น ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวจะสามารถรับรู้ได้ถึงความไม่เต็มใจที่จะให้บริการ เพราะการแสดงออกหรือท่าทางบางอย่างมักจะเป็นการแสดงออกโดยที่ผู้ส่งสารมีการแสดงออกโดยไม่รู้ตัว นักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาใช้บริการจากพนักงานนั้นได้แสดงออกจากสีหน้าที่มีความคาดหวังว่าจะได้การบริการที่ดี ด้วยสีหน้า ท่าทาง แววตา การพูดจาต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส

พร้อมที่จะให้บริการ การแสดงการบริการอย่างอบอุ่นเป็นกันเองซึ่งเป็นการแสดงออกทางความคิด และเป็นความรู้สึกที่ดี

ซึ่งอวัจนภาษาสามารถสอนกันได้ในการสอนครั้งนี้ไม่ใช่เป็นการสอนแบบโดยตรง จากหัวหน้างาน แต่ซึ่งเป็นการส่งผลจากการที่หัวหน้างานทำให้พนักงานนั้นเกิดพลังบวกอยู่เสมอ อาทิเช่น คอยรับฟัง กล่าวชม หรือการตักเตือนที่ไม่กระทบต่อจิตใจมากเกินไป ก็สามารถทำให้พนักงานบริการนั้นเกิดทัศนคติ ความคิดแก่การทำงานนั้นในเชิงบวกซึ่งตรงนี้สามารถส่งผลต่อจิตใจของพนักงานขณะเข้าปฏิบัติงานให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความเต็มใจในการให้บริการ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้รับสารนั้นสามารถรับรู้ถึงการแสดงออกของพนักงานได้ และนักท่องเที่ยวก็ยังสามารถส่งสารแบบอวัจนภาษาออกมาให้แก่พนักงานเช่นเดียวกัน

สามารถสรุปได้ว่าการแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง และการแสดงออกทางพฤติกรรมนั้นส่วนใหญ่แล้วจะต้องแสดงออกมาจากจิตใจสำนึกของพนักงานหรือผู้ส่งสารนั่นเอง

## 5.2 ข้อจำกัดของงานวิจัย

ด้านข้อจำกัดของงานวิจัยและจุดอ่อนของการศึกษาข้อมูลหัวข้อวิจัย เรื่อง “การให้บริการลูกค้าของพนักงานในสวนสนุกสยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)” เป็นการศึกษาด้วยข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยจะใช้การสังเกตร่วม (Participant Observation) และการสังเกตพนักงานในรูปแบบ การไม่สังเกตร่วม (Non- Participant Observation) การสังเกตของอวัจนภาษา ที่นำมาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎี ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มพนักงานสวนสนุก สยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) โดยจะต้องเป็นแผนกที่ต้องมีหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น โดยไม่ได้ทำการศึกษาแผนกส่วนอื่นๆ ที่อยู่ส่วนงานของหลังบ้านเลยไม่สามารถทำให้ผู้วิจัยรับรู้ได้เลยว่าแผนกส่วนงานอื่นๆ นั้นมีวัฒนธรรมองค์กรแบบเดียวที่ผู้วิจัยได้ไปทำการศึกษาหรือไม่ เลยทำให้ผู้วิจัยนั้นไม่ทราบถึงว่าที่สวนสนุก สยามอะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park) นั้นมีวัฒนธรรมองค์กรแบบ ไหนแล้วที่แท้จริง ซึ่งอาจจะทำให้ไม่รู้ว่าวัฒนธรรมองค์กรแบบ ไหนเหมาะสมที่สุดที่จะพัฒนาองค์กรและมีเป้าหมายในรูปแบบเดียวกัน หรือจะต้องผสมผสานความหลากหลายของวัฒนธรรมองค์กรให้เหมาะกับตัวงานของแต่ละแผนกให้มากที่สุด และด้านข้อจำกัดอีกข้อคือการที่ทำการสังเกตพนักงานในรูปแบบ การไม่สังเกตร่วม (Non- Participant Observation) การสังเกตของอวัจนภาษา นั้นซึ่งมีความยากต่อการที่จะทำการสังเกตเนื่องด้วยอวัจนภาษาอาจจะทำให้ออกเกิดความหมายที่ไม่มีความชัดเจนและเกิดความกำกวมได้จากเวลาในการทำวิจัยที่จำกัด ไม่สามารถทำให้ผู้วิจัยนั้นสังเกตพฤติกรรม การแสดงออกสีหน้า

ของพนักงานได้ทั้งวันในการเข้าปฏิบัติงาน ไม่สามารถทำให้รู้ได้ว่าการแสดงออกจากทางอวัจนภาษาของพนักงานนั้นมีความสม่ำเสมอที่จะยินดีให้บริการแก่นักท่องเที่ยวไหม

### 5.3 ประโยชน์ที่ผู้วิจัยได้รับในการทำวิจัยครั้งนี้

จากที่ทำให้ผู้วิจัยได้รับรู้ว่าวัฒนธรรมขององค์กรของแต่ละองค์กรนั้นมีความแตกต่างกันซึ่งจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรแบบครวัครวันั้นก็ไม่ได้มีแค่จุดแข็งอย่างเดียว ส่วนก็มีจุดอ่อนเหมือนกัน ฉะนั้นควรจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนวิธีการที่จะไปถึงเป้าหมาย บทบาทของพนักงานในแต่ละคน และจะนำไปสู่ความผูกพันจนถึงสู่ความภักดีของพนักงานให้แข็งแกร่งขึ้น โดยเฉพาะการมีเป้าหมายของบริษัทและพนักงานนั้นมีเป้าหมายอันเดียวกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องที่การกำหนดให้มีความชัดเจนมากที่สุด และทำให้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นความสำคัญของอวัจนภาษามากขึ้นซึ่ง อวัจนภาษานั้นเป็นสารที่แสดงออกมาโดยไม่ว่าไม่ใช้คำพูดออกมาโดยตรง แต่เป็นการแสดงออกจากร่างกาย สีหน้า และพฤติกรรมต่างๆของร่างกาย อวัจนภาษาซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากต่อศักยภาพของพนักงานที่จะสื่อสารออกไปและยังสร้างความสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งองค์กรหรือบริษัทที่เป็นงานบริการแก่ลูกค้าโดยตรงไม่ควรจะมองข้ามเรื่อง อวัจนภาษาและยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานอื่นๆได้อีกด้วย

### 5.4 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาข้อมูลหัวข้อวิจัย เรื่อง “การให้บริการนักท่องเที่ยวของพนักงานในสวนสนุกสยาม อะเมซิ่งพาร์ค (Siam Amazing Park)” จากการศึกษาและเก็บข้อมูล โดยมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มพนักงานสวนสนุก โดยจะต้องเป็นแผนกที่ต้องมีหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น โดยที่ยังไม่ได้เก็บข้อมูลจากแผนกส่วนงานอื่นๆ จึงไม่สามารถทำการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลได้ทั้งองค์กร ถ้าหากได้มีการเก็บข้อมูลทั้งองค์กรนั้นอาจจะได้ข้อมูลที่มีความลึกซึ้งและมีการวิเคราะห์ที่มีความละเอียดมากขึ้นจนอาจจะได้เห็นการทำงานตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ ซึ่งอาจจะได้ผลลัพธ์ที่สามารถนำไปพัฒนาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายเดียวกัน เพื่อที่จะได้วัฒนธรรมที่เหมาะสมกับธุรกิจหรือเหมาะสมกับองค์กร

## บรรณานุกรม

- กุลธิดา พร้อมเที่ยงตรง. (2552). ความพึงพอใจที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่สวนสยามทะเลกรุงเทพ. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเกริก
- ชนิษฐา เพิ่มชัย. (2550). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไทยเคเค อุตสาหกรรม จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริการธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา
- จิตตินันท์ บุญบงการ. (2549). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. ในเอกสารการสอนชุดจิตวิทยาการบริการหน่วยที่ 8-15. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ยุพรัตน์ มณีเขียว. (2555). ปัจจัยช่วยประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสวนสนุกศรีมเวสต์และสวนสยาม ของผู้บริโภค. สาขาการตลาด. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วรรณช ทองไพบูลย์. (2543). บรรยากาศองค์การและความผูกพันต่อองค์กร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2544). ประวัติสวนสนุกสวนสยามและข้อมูลทางการตลาด. สืบค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2565, จาก [www.siamamazingpark.com](http://www.siamamazingpark.com)
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2556). การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: เพียรสัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชรรมสาร.
- สมยศ นาวิกร. (2539). ทฤษฎีองค์การ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สามัคคีสาร (ดอกหญ้า) จำกัด (มหาชน).
- อาศยา ชาติพานิช. (2549). การบริการที่ดี. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- King, M. J. (2002). The Theme Park: Aspects of Experience in Four-Dimensional Landscape”, Material Culture 2/2002: 1-15.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

Parasuraman, A., L.L. Berry (1990) An empirical examination of relationships in an extended service quality model. Cambridge, Mass., Marketing Science Institute



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวปาลิดา เหลืองอมรเลิศ
วัน เดือน ปีเกิด	5 ธันวาคม พ.ศ. 2538
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
วุฒิการศึกษา	วิทยาการจัดการ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2560 การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2566
ที่อยู่ปัจจุบัน	222/11 หมู่บ้านลิลิต ซอย63 ถนนสุขุมวิท 5 แขวงออเงิน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10220 โทรศัพท์ 098-272-1436 E-mail : pround_p@hotmail.com
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันและสถานที่ทำงาน	ฝ่ายการตลาด บริษัท สยามพาร์ค บางกอก จำกัด โทรศัพท์ 02-919-7200