

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงาน ด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ทิบดี ทัพพรรณ¹ อีระวัฒน์ จันทิก² พัทธ์ชัย ศิริวงศ์³

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยผู้วิจัยบูรณาการเทคนิคการวิจัยเอกสารและการสังเคราะห์ ร่วมกับการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยแบบการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญและทรงคุณวุฒิจำนวน 17 คน และการใช้โปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ชุดคู่มือประกอบโปรแกรมการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ แบบประเมินความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม แบบประเมินปฏิกิริยาของผู้เข้าร่วมโปรแกรม แบบประเมินทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่มทดลองทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมโปรแกรม

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาโปรแกรมดังกล่าว มีระดับความสอดคล้องดีมากกับวัตถุประสงค์การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ และผู้วิจัยได้นำแนวคิดเชิงระบบมาใช้ในการออกแบบและจัดทำรายละเอียดของโปรแกรมแต่ละขั้นตอน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า, กระบวนการ, ผลผลิต และผลลัพธ์ คือพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยสามารถนำทักษะด้านการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นพนักงานบริการที่เปี่ยมด้วยศักยภาพ และมีความสามารถในการทำงาน

คำสำคัญ: โปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้น; แรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์; ธุรกิจโทรคมนาคม;
การเพิ่มศักยภาพพนักงาน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ทิบดี ทัพพรรณ, อีระวัฒน์ จันทิก, และ พัทธ์ชัย ศิริวงศ์. (2564). การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 618-635.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

6 ตำบลลำพญา อำเภอมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000, ประเทศไทย

อีเมล: tibadee@gmail.com

^{2,3} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

The Development of Creative Stimulus Program for Enhancing Service Staff's Potential in Thai Telecommunication Business

Tibadee Tanhakorn¹ Thirawat Chantuk² Phitak Siriwong³

Abstract

The research objective was for the development of creative stimulus program for enhancing service staff's potential in Thai telecommunication business. The researcher integrates research techniques, documents, and synthesis and utilize focus group research techniques and in-depth interviews of 17 qualified experts together with creative stimulus program for enhancing service staff's potential in Thai telecommunication business, creative stimulus program guide set, creative impulse strengthening assessment form on experimental and controlled groups, program participants reaction assessment form on experimental group and controlled groups, creative stimulus skills assessment form on experimental group both before and after participating in the program.

The results showed that there is a very good level of conformity between the development of such programs and the creative stimulus objectives. And the researcher has applied the systematic concept to the design and details of each step of the program. These include inputs, processes, outputs, and outcomes. Service staff's potential in Thai telecommunication were able to apply creative thinking skills to work activities effectively, be service employees with full potential and with the ability to work.

Keywords: Stimulus Program; Creative Stimulus; Telecommunication Business; Staff's Potential

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Tanhakorn, T., Chantuk, T., & Siriwong, P. (2021). The development of creative stimulus program for enhancing service staff's potential in Thai telecommunication business. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 618-635.

¹ Doctor of Philosophy Program in Management, Silpakorn University, Samanchan Palace Campus
6, Lamphaya, Muang Nakhon Pathom, Nakhonpathom 73000, Thailand
E-mail: tibadee@gmail.com

^{2,3} Faculty of Management Science, Silpakorn University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการให้บริการธุรกิจโทรคมนาคมเป็นยุทธศาสตร์สำคัญ ที่ส่งผลต่อภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ทำให้มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีใหม่ๆ การผลิตมีต้นทุนที่ถูกลง ทำให้อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับโครงข่ายโทรคมนาคมมีราคาถูกลงตามไปด้วย ในกรณีนี้ ผู้ให้บริการต่างเร่งพัฒนาและขยายโครงข่ายของตนเองให้มีคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการที่ดีขึ้น เพื่อให้รองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าของตนให้เพียงพอ ยิ่งทำให้ความต้องการการใช้งานด้านโทรคมนาคมของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก (Department of Business Development, 2016; National Broadcasting and Telecommunication Commission, 2017) สภาวะประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในด้านสังคม และเศรษฐกิจของโลกไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลกระทบและเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การปรับเปลี่ยนจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อองค์การต่างๆ จำเป็นจะต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์การสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือเหนือคู่แข่งได้ จำเป็นต้องอาศัยบทบาทของฝ่ายปฏิบัติการ หากบุคลากรได้รับการพัฒนาและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของตนเองก็จะส่งผลให้สามารถทำงานได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่องค์กร ดังนั้น องค์กรจะต้องมีทักษะกระบวนการบริหารงาน และสร้างแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Petsri, 2013; Wilairat, 2014) การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจะเน้นที่คนเป็นสำคัญ หากผู้ปฏิบัติงานมีศักยภาพในการปฏิบัติงานและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์การที่ดำเนินธุรกิจมาระยะหนึ่ง ผู้บริหารมัก

ประสบปัญหาที่ต้องสร้างบรรยากาศในที่ทำงานให้หน้าทำงาน จากสาเหตุที่ลูกน้องขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน เกิดอาการเบื่อหน่ายในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือที่เรียกว่า ศักยภาพลดลงโดยสาเหตุไม่ได้ ซึ่งมีผลกระทบต่อความเติบโตขององค์กร เป็นสิ่งที่ผู้อยู่ในระดับบริหารทุกคนจะหลีกเลี่ยง และนั่งนอนใจอยู่ไม่ได้ทั้งนี้เพราะตัวจักรสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดความสำเร็จในงานก็คือ ลูกน้อง หรือผู้ได้บังคับบัญชาตนเอง หากขาดแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้เกิดไฟในการทำงาน ย่อมเป็นอันตรายต่อองค์การอย่างยิ่ง (Klankaew, 2008a) โดยการศึกษาวิธีสร้างกลยุทธ์ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ เพื่อใช้ป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำซ้อนขึ้นอีก เราเชื่อว่าต้องมีวันที่สมองไม่ทำงาน ความคิดสร้างสรรค์ไม่บังเกิด หรือค้นหาไอเดียเด็ดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งไม่ได้ โดยเฉพาะถ้าคุณอยู่ฝ่ายที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา เช่น ฝ่ายการตลาด ครีเอทีฟโฆษณา งานบริการลูกค้า (Akrapin, 2012) ในความเป็นจริงแล้ว ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่สามารถบ่มเพาะขึ้นมาได้ และเป็นเรื่อง ทุกคนในองค์กรสามารถช่วยกันได้ ถ้าคุณมีตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน หน้าที่สำคัญคือการกระตุ้นให้พนักงานเกิดแรงบันดาลใจ และพร้อมจะขับเคลื่อนองค์การให้ก้าวหน้า การพยายามสร้างแรงผลักดันจะช่วยเสริมให้เราสามารถคิดอะไรที่แตกต่างออกไป การนำสิ่งต่างๆ ที่เรามองออกไปจากรอบตัวเรามาศึกษาให้กระตุ้นให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ต้องอาศัยการเพื้อฝันในบางครั้ง จะช่วยให้มีแนวคิดที่แตกต่างออกไปจากกรอบเดิม (Buasruang, 2008)

จากความสำคัญ Tanhakorn and Chantuk (2017) กล่าวว่า กลไกสำคัญในการสร้างความเติบโตให้กับเศรษฐกิจในระยะยาว สามารถขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นอย่างยิ่งต้องส่งเสริมพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภาพเทคโนโลยีและการสร้างขีดความสามารถ สามารถพัฒนาโลกเพื่อขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบและการ

พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างการให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำอบรม พัฒนา มีความรู้ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาในแต่ละด้าน และการพัฒนาด้านเทคนิคและนวัตกรรมใหม่ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์เชิงนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่เปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ดังนั้น Tanhakorn and Chantuk (2018) เสนอว่า สามารถนำความคิดเชิงสร้างสรรค์มาใช้ในการบริหารจัดการในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ หากผู้ประกอบการสามารถนำความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการโดยอาศัยองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง คน เทคโนโลยี กระบวนการ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จ สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ด้านความมั่นคงมุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือเทคโนโลยีและระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และ Ministry of Industry (2016) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติให้เป็นคนดี เก่งและมีคุณภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้นและจากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสรุปเป็นองค์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกรอบแนวคิดวิธีการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ทำให้ได้กรอบแนวคิด การวิเคราะห์บริบทของธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ การประเมินผลประสิทธิภาพพนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าในธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ส่งผลให้เกิดการพัฒนาพนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าในธุรกิจโทรคมนาคมของไทยถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ทั้งนี้ในการเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยยังไม่มีการทำงานเป็นโปรแกรมการ

พัฒนาที่ชัดเจนภายใต้กรอบแนวคิดและการวิจัยที่เป็นมาตรฐาน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย เพื่อให้องค์กรได้นำนวัตกรรม ทักษะ และประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าโปรแกรมนี้ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์หากได้นำมาใช้ปฏิบัติจริง เชื่อแน่ว่าจะมีส่วนช่วยยกระดับการทำงานรวมทั้งพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารและพนักงานให้มีความคิดสร้างสรรค์ต่อการให้บริการได้อย่างสมบูรณ์ มีโอกาสเจริญก้าวหน้าประสบความสำเร็จให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรอันเป็นรากฐานของการเจริญเติบโตในระบบเศรษฐกิจของสังคมประเทศสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์พนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ดังนี้ (1) ข้อมูลทั่วไปและพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย (2) วิธีการออกแบบการวิจัยและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (3) แนวคิดเกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้น (4) แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ (5) แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ และ (6) แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ผู้วิจัยกำหนด

ขอบเขตกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ (1) ขั้นตอนการตรวจสอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของโปรแกรม ในการสร้างแนวโน้มองค์ประกอบของแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ แนวโน้มวิธีการและขั้นตอนเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ แนวโน้มองค์ประกอบที่เหมาะสมของโปรแกรม แนวโน้มรูปแบบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรม ได้แก่ พนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการบริการ ด้วยความสมัครใจเพื่อเข้าร่วมการจัดสนทนากลุ่ม จำนวน 13 คน (2) ขั้นตอนการตรวจสอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของโปรแกรม ในการสร้างรูปแบบองค์ประกอบของแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบวิธีการและขั้นตอนเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบองค์ประกอบที่เหมาะสมของโปรแกรม รูปแบบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม จำนวน 17 คน ได้แก่ กลุ่มที่ 1 นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้บริหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาการบริหารงานบริการ จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ 3 ผู้จัดการศูนย์บริการลูกค้าที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและมีผลงาน จำนวน 7 คน ผู้วิจัยใช้แบบแผนการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ร่วมกับการเลือกตัวอย่างแบบสโนว์บอลรวบรวมข้อมูลจนข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว (3) ขั้นตอนการออกแบบพัฒนาและตรวจสอบรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นนักวิชาการในมหาวิทยาลัยทั้งสิ้น จำนวน 5 คน (4) ขั้นตอนการปรับปรุงโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ได้แก่ อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน และ (5) ขั้นตอนการสร้างรายละเอียดโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าระดับปฏิบัติการ โดยกำหนดให้ตัวอย่างที่คัดเลือกมาแบบเจาะจงโดยปราศจากความเอนเอียงของการทดลอง มีจำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลอง

จำนวน 10 คน และกลุ่มควบคุม จำนวน 10 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวทางในการศึกษาแบบกรณีศึกษา (case study approach) ทั้งนี้ Yin (1994) กำหนดว่าในการเลือกกรณีศึกษาจำเป็นต้องมีการกำหนดเกณฑ์การเลือกเพื่อให้สามารถศึกษาได้ตามกรอบการศึกษา โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยการศึกษาครั้งนี้มีเกณฑ์ในการคัดเลือกกรณีศึกษาคือ พนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย เพื่อเป็นพื้นที่ตัวแทนในการดำเนินการวิจัยและทดลอง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

สามารถนำโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยที่พัฒนาแล้วไปประยุกต์ใช้ได้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาในเรื่องที่เกี่ยวกับหลักการ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้น การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาองค์กร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปและพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ธุรกิจโทรคมนาคมเป็นธุรกิจที่ช่วยในการเข้าถึงข้อมูลและการแพร่กระจายของข้อมูล ซึ่งส่งผลต่อการการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และเป็นปัจจัยในการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทยในการก้าวผ่านการเป็นประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง (Nikomborirak, 2013) ความหมายและประเภทธุรกิจของธุรกิจบริการโทรคมนาคม SMEs Knowledge Center

(2014) บริการโทรคมนาคมเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญใน 2 ด้าน คือ (1) เป็นภาคเศรษฐกิจที่มีขนาดใหญ่ ครอบคลุมการให้บริการแก่ประชาชนในทุกระดับของระบบเศรษฐกิจ และ (2) เป็นบริการที่มีบทบาทเป็นตัวกลาง หรือเป็นต้นทุนที่สำคัญในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจประเภทอื่นๆ นอกจากนี้วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีและการหลอมรวมของสื่อต่างๆ ยังเป็นตัวกระตุ้นบทบาทของการบริการโทรคมนาคมให้ทวีความสำคัญมากขึ้น

ความสำคัญของงานบริการ ความหมายของการบริการตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (Office of the Royal Society, 2011) ให้ความหมาย “บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ หรือ ให้ความสะดวกต่างๆ ดังนั้น การให้บริการจึงหมายถึงงานที่มีผู้คอยช่วยอำนวยความสะดวกซึ่งเรียกว่า “ผู้ให้บริการ” และ “ผู้มารับบริการ” ก็คือผู้รับความสะดวก “การบริการ” ไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับ ผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) ในการที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไปมุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น (Tejagupta, 2006)

นอกจากนี้ ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ถึงแม้ธุรกิจบริการจะให้ความสำคัญอย่างมากกับลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้งานในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่างๆ และพยายามทุกวิถีทางที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ดังนั้น ลูกค้าจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้บทบาทและขอบเขตความเป็นไปได้ของการใช้บริการ

ที่เหมาะสมด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการ จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจกระบวนการบริการและสามารถคาดหวังการบริการที่จะได้รับอย่างมีเหตุผลตามข้อจำกัดของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้ (1) รับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการว่าเป็นงานหนักที่จะต้องพบกับคนจำนวนมากและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้มารับบริการอยู่ตลอดเวลาอันส่งผลให้การบริการ บางครั้งอาจไม่รวดเร็วทันกับความต้องการของผู้รับบริการทุกคนในเวลาเดียวกันได้ซึ่งผู้ใช้บริการจำเป็นต้องคาดหวังการบริการในระดับที่มีความเป็นไปได้ตามลักษณะของงานบริการต่างๆ และ (2) ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บริการผู้ที่แสดงเจตนาในการรับบริการควรมีมารยาทที่ดีและใช้คำพูดที่ชัดเจนเข้าใจง่ายในการระบุความต้องการการบริการเมื่อผู้ให้บริการเข้าใจและเสนอการบริการที่ถูกใจผู้รับบริการก็จะทำให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติที่มีต่อการบริการ

สรุปได้ว่า ธุรกิจโทรคมนาคมในส่วนของการบริการโทรคมนาคมมีบทบาทสำคัญต่อการเจรจาการค้าด้านการโทรคมนาคม เนื่องจากเป็นส่วนที่ปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค สามารถสร้างสรรค์การให้บริการให้ตอบสนองต่อความต้องการตลาด และมีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ปัจจุบันบริการโทรคมนาคมมีความหลากหลายมากขึ้น (Chalamwong, Hongproyoon, Anantatus, Prasomsup, & Chalardsuk, 2016) ดังนั้นศูนย์บริการลูกค้าในธุรกิจโทรคมนาคมของไทย การมีพนักงานให้บริการที่ดี สร้างความพอใจให้ลูกค้าจะทำให้ลูกค้าใช้เวลากับศูนย์บริการลูกค้ามากขึ้น ได้เรียนรู้พฤติกรรมและได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการ ความมีไหวพริบและความคุ้นเคยของพนักงานยังเป็นเรื่องสำคัญ หลายครั้งไม่มีตำรา ไม่มีแบบเรียน แต่ต้องรู้ได้ด้วยตัวเองเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่าเป็นคนสำคัญ บริการทุกอย่างจะมาถึงที่ด้วยพนักงานบริการเป็นการสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้า

(Tanhakorn & Pasunon, 2016)

2. วิธีการออกแบบการวิจัยและการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์

การออกแบบโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development--R&D) มาเป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมเพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอความหมายของการวิจัยและพัฒนา ลักษณะและรูปแบบ การวิจัยและพัฒนา ตามลำดับดังนี้

2.1 ความหมายของการวิจัยและพัฒนา

Chookhampaeng (2016) กล่าวว่า ประสพการณ์มรดกที่จัดให้ผู้เรียนทั้งหมดมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ จุดมุ่งหมาย เนื้อหา การจัดประสบการณ์ การวัดและประเมินผลโดยรูปแบบหลักสูตรมีหลายรูปแบบ ในแต่ละรูปแบบได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดด้านปรัชญาการศึกษา จิตวิทยาการศึกษา หรือความต้องการของสังคมที่แตกต่างกันออกไป และหลักสูตรมีหลายระดับ แต่ระดับที่สำคัญคือ หลักสูตรระดับห้องเรียน ที่เกี่ยวข้องกับครูผู้สอนในการออกแบบการเรียนการสอนที่มุ่งไปสู่การเรียนรู้ของผู้เรียน

ตามจุดหมายของหลักสูตรอย่างแท้จริง นอกจากนั้น Buosonte (2013) กล่าวว่า การวิจัยและพัฒนาเป็นการนำวิธีการวิจัยมาใช้ในกระบวนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บุคคลหรือหน่วยงานนั้นจัดให้มีขึ้น และผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นนั้นสามารถนำไปใช้ได้จริงๆ ตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นความหมายของการวิจัยและพัฒนา โดยสรุปคือ การนำองค์ความรู้เดิมที่ได้จากผลของการวิจัยต่างๆ รวมถึงสิ่งประดิษฐ์เดิมที่มีอยู่แล้ว ไปดำเนินการวิจัยและพัฒนาต่ออย่างเป็นกระบวนการที่มีระบบ และมีเหตุผล เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ วิธีการใหม่ สิ่งประดิษฐ์หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ และสามารถนำสิ่งใหม่ๆ เหล่านี้ไปใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

2.2 ขั้นตอนการออกแบบการวิจัยและพัฒนา

Chookhampaeng (2016) กล่าวว่า หลักสูตรเป็นนวัตกรรมหนึ่งของการศึกษาที่ต้องอาศัยกระบวนการ พัฒนา ที่เป็นระบบหรือกระบวนการวิจัยและพัฒนา มีขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน การพัฒนาหลักสูตร การทดลองใช้หลักสูตร และ การประเมินหลักสูตร โดยทุกขั้นตอนต้องอาศัยผลการวิจัยเพื่อไปพัฒนาขั้นต่อไป

ตาราง 1

ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร

ขั้นตอน	ประเด็นที่ศึกษา	ระเบียบวิธีวิจัย (R)	ข้อมูลที่ได้ (D)
การศึกษาข้อมูล	ปรัชญาการศึกษา	การวิจัยเอกสารการวิจัย	ได้ทราบข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบพัฒนาหลักสูตร
	จิตวิทยาการศึกษา สังคม และวัฒนธรรมวิชาการ	เชิงสังเคราะห์การวิจัย	
	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี	เชิงสำรวจการวิจัยประเมิน	
การพัฒนาหลักสูตร	ร่างหลักสูตรตามองค์ประกอบ และลักษณะหลักสูตรที่กำหนดไว้	ความต้องการจำเป็น	ได้ร่างหลักสูตรที่ผ่านการตรวจสอบสู่การพัฒนาขั้นต่อไป
		การวิจัยเชิงประเมิน	
		การวิจัยเชิงสำรวจ	

ตาราง 1 (ต่อ)

ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร

ขั้นตอน	ประเด็นที่ศึกษา	ระเบียบวิธีวิจัย (R)	ข้อมูลที่ได้ (D)
การทดลองใช้หลักสูตร	ผลของการใช้หลักสูตรตามรูปแบบการทดลอง	การวิจัยเชิงทดลอง	ได้ผลของหลักสูตรที่ผ่านการทดลองใช้
การประเมินหลักสูตร	การประเมินและติดตามรูปแบบการประเมิน หรือ ประเด็นที่วางแผนไว้	การวิจัยเชิงประเมิน	ได้ทราบผลการประเมินหลักสูตรอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่การเผยแพร่และพัฒนาต่อไป

3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์

แรงบันดาลใจสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน ขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นว่าจะนำมาประยุกต์ใช้ปฏิบัติได้มากน้อยเพียงใด สิ่งกระตุ้น (stimulus) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลให้เกิดการตอบสนองและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในทางเดียวกับสิ่งกระตุ้นแรก การพัฒนาโปรแกรมเสริมแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยเป็นทฤษฎีที่เน้นการกำหนดให้บุคคลต้องกระทำในสิ่งที่เราต้องการให้เขากระทำ ซึ่งผู้วิจัยได้ให้รายละเอียดดังนี้

3.1 ความหมายของการเสริมสร้างแรงกระตุ้น

Klankaew (2008b) ได้ให้ความหมายว่า แรงกระตุ้น หมายถึง ความมุ่งมั่นในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเกิดจากสิ่งภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ มีที่มาจากหลายทางด้วยกัน เช่น ผู้บริหารให้คำแนะนำและมีกรมอบอำนาจการตัดสินใจแก่ผู้ปฏิบัติงานผู้จัดการให้การสนับสนุนความคิดของลูกน้อง รวมทั้งเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือ และมีความเห็นพ้องในสิ่งที่ปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สิ่งเหล่านี้จัดเป็นตัวอย่างของการใช้แรงกระตุ้นผู้ปฏิบัติให้มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าที่จะบรรลุสู่เป้าหมาย

Baker and Sinkula (2005) หมายถึงการกระทำของการถูกครอบครองหรือเกี่ยวข้องกับการกระตุ้นภายนอกได้รับการเชื่อมโยงกับความเปราะบาง อารมณ์บวก การเตรียมพร้อม Pervin (1975) แนะนำในความเป็นจริงจิตวิทยาโดยรวมที่สามารถเทียบเคียงกับปัญหาของการกำหนดการกระตุ้น การเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในที่ออกจากการตอบสนองไม่แปรเปลี่ยนขณะที่ความกังวลเกี่ยวกับปัญหานี้มานานแล้ว เห็นได้ชัดในด้านการรับรู้มันมีความสำคัญมากขึ้นในความสัมพันธ์ เพื่อความสนใจในปัจจุบันในการวิจัยบุคคลและสถานการณ์ในด้านสิ่งแวดล้อมจิตวิทยา

3.2 องค์ประกอบของการเสริมสร้างแรงกระตุ้น

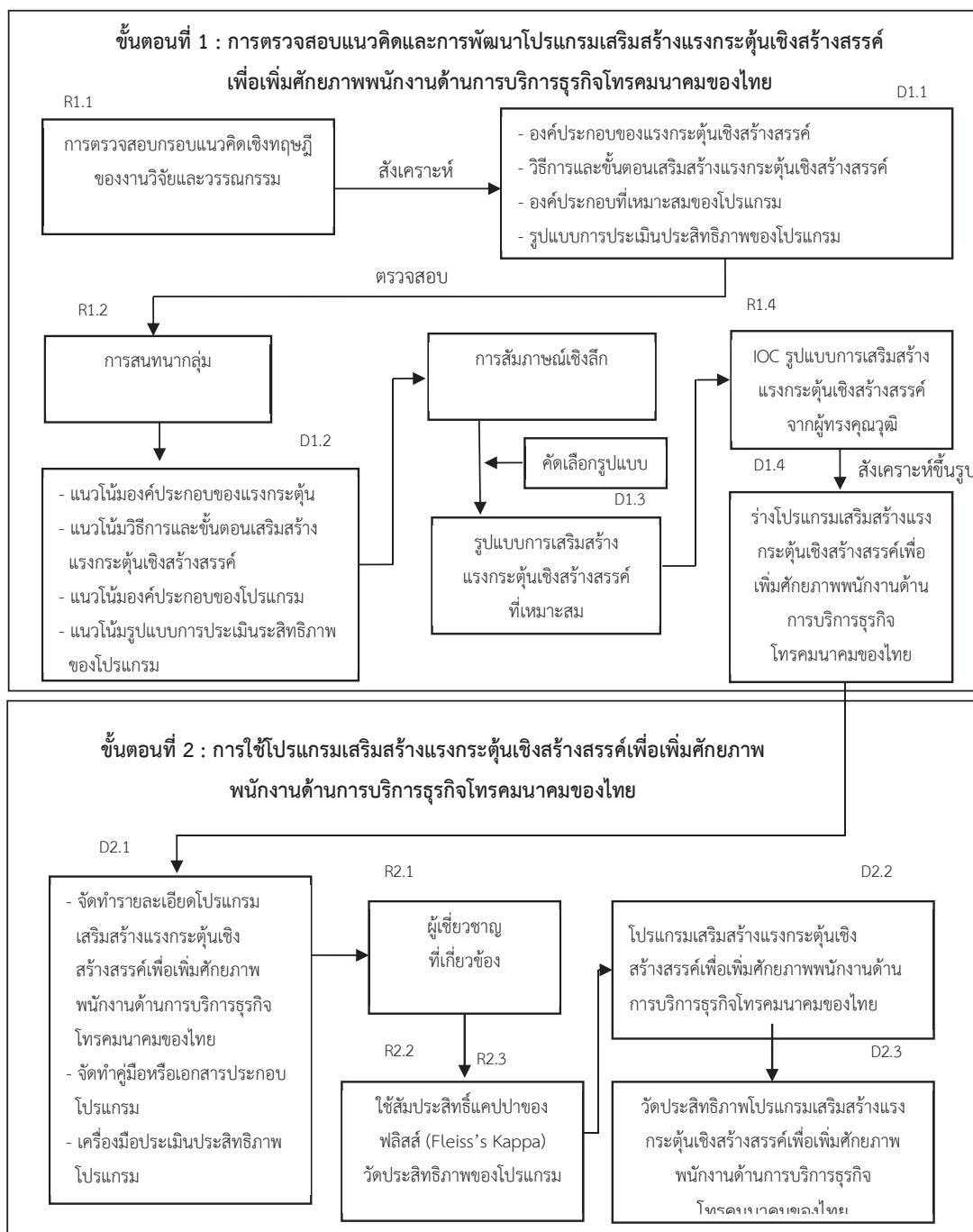
ผู้บริหารควรรู้ถึงวิธีที่จะช่วยกระตุ้นลูกน้องให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงานให้ผลงานออกมาดีที่สุด ได้แก่ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดพลังในตัวเอง และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองอย่างดีที่สุด โดยการจูงใจให้ลูกน้องเข้าไปมีส่วนร่วมในงานที่เขารัก และอยากทำให้เกิดความสำเร็จด้วยวิธีการยอมรับศักยภาพที่มีอยู่ในตัวของลูกน้อง ทำให้ลูกน้องรู้สึกเป็นเจ้าขององค์การ (Klankaew, 2008a) เช่น มีการแสดงข้อมูลการเงินและกลยุทธ์การบริหารงานในองค์กรให้พนักงานได้รับรู้ และแสดงให้เห็น

ด้วยว่า พวกเขาได้สร้างกำไรและทำประโยชน์อะไรให้แก่องค์กรบ้าง เพื่อปลูกฝังความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ต่อจากนั้นจึงเปิดโอกาสให้พวกเขาได้แสดงความคิดอย่างสร้างสรรค์ออกมาอย่างเต็มที่ ผู้บริหารที่ฉลาดต้องสามารถหาเหตุผลให้ได้ว่า ลูกน้องต้องการทำงานไปเพื่ออะไร ต้องการสิ่งใดตอบแทน และมีเป้าหมายในชีวิตอย่างไร ให้อาศัยการสังเกตเวลาที่พวกเขาทำงานว่าอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้พนักงานกระตือรือร้น และสิ่งไหนทำให้พวกเขาเบื่อหน่าย หรืออาจใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม ค้นหาสิ่งที่ลูกน้องต้องการแล้วนำมาเชื่อมโยงความต้องการ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้าน

การบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยจากองค์ความรู้ในเรื่องการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการประยุกต์เทคนิคการวิจัยเอกสาร การสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทางด้านการพัฒนาองค์การทางด้านศักยภาพบุคลากร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (descriptive research) โดยใช้พนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยเป็นหน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) ประกอบด้วย ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย เพื่อให้ได้คำตอบของรูปแบบสถานการณ์และภารกิจการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ อันเป็นแนวทางการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย เป็น 2 ขั้นตอนประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การตรวจสอบกรอบแนวคิดและการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยโดย (1) การวิเคราะห์เอกสาร (documentary analysis) ทั้งข้อมูลทั่วไปของพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย แนวคิดเกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นแนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ ทั้งเอกสาร หนังสือ ตำรา แผ่นพับ สื่อชนิดต่างๆ และ Internet ผ่าน Web-site ต่างๆ (2) ดำเนินการพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมด้วยการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยและการพัฒนาหลักสูตรแนวคิดและกระบวนการ จากสถานการณ์ปฏิบัติงานจริงของพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย (3) ดำเนินการจัดสนทนากลุ่ม (4) ดำเนินการร่างรูปแบบสถานการณ์และการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ และ (5) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 17 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการศูนย์บริการลูกค้าในธุรกิจโทรคมนาคมขึ้นไป นักวิชาการด้านบริหารจัดการ และเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานบริการลูกค้า เพื่อคัดเลือกรูปแบบสถานการณ์และการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสม แล้วนำรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้เทคนิคการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (Index of Item Objective Congruence--IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตามเทคนิค IOC แล้วนำรูปแบบการ

เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมไปสังเคราะห์ขึ้นรูป เพื่อร่างเป็นโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ขั้นตอนที่ 2 การทำรายละเอียดการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำรายละเอียดของการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จัดทำเอกสารและคู่มือ รวมถึงเครื่องมือประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อดำเนินการตรวจสอบความสอดคล้อง (Consistency) เชิงเนื้อหาของโปรแกรมด้านความเป็นประโยชน์ ด้านความเป็นไปได้ ด้านความสมเหตุสมผล และด้านความถูกต้องแม่นยำเพื่อนำไปใช้สร้างและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยใช้สัมประสิทธิ์แคปปาของฟลิสส์ (Fleiss's Kappa) (Fleiss, 1971)

ผลการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยทำการวิจัยและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการตรวจสอบกรอบแนวคิดและการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

จากการบูรณาการเทคนิคการวิจัยเอกสารและการสังเคราะห์ โดยการทบทวนเอกสาร งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องการเสริมสร้างแรง

กระตุ้น อุตสาหกรรมธุรกิจบริการ การพัฒนาองค์การ ร่วมกับการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การสนทนากลุ่มตามโครงสร้าง ภายใต้สถานการณ์การสนทนากลุ่มพนักงานด้านการ บริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยภายในนั้น โดยเริ่ม จากกระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ พบว่าพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของ ไทยใช้กระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ได้เป็นแนวคิด Non-Script Model ดังนี้ (1) การ เจรจาต่อรองมุ่งประโยชน์เชิงผลได้ (negotiation) (2) โครงสร้างองค์กร (organization structure) (3) ทักษะ แบบไม่เป็นกิจวัตร (non routine) (4) การกระตุ้น (stimulus) (5) ความก้าวหน้าในอาชีพ (career Path) (6) รางวัลและคำยกย่องชมเชย (reward and recognition) (7) สิ่งจูงใจ (incentive) (8) ประสิทธิภาพ การทำงาน (performance result) และ (9) การฝึก อบรม (training)

จากการศึกษาของผู้วิจัย ทั้งเรื่องการวิจัยเอกสาร

และวิเคราะห์บทสนทนา ผู้วิจัยได้ทำร่างรูปแบบ การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางนำไปสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้การ กำหนดทิศทางคำถามคร่าวๆ แบบกึ่งโครงสร้างในการ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน ประกอบด้วย ผู้ บริหารระดับสูง จำนวน 5 คน นักวิชาการ จำนวน 5 คน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของ พนักงานบริการอีก 7 คน พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ ให้ความเห็นสอดคล้องกัน ในรูปแบบการเสริมสร้าง แรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่จำเป็นของพนักงานด้าน การบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ตามคุณลักษณะ การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านการตอบสนองทั้งลูกค้าภายใน และภายนอก (2) ด้านความใส่ใจในงาน (3) ด้าน บังคับบัญชาและการควบคุม (4) ด้านความสัมพันธ์ใน องค์กรและมุ่งทำงานเป็นทีม และ (5) ด้านนโยบาย การบริหารงานของบริษัทและวัฒนธรรมองค์การ ดังแสดงในภาพ 2



ภาพ 2 องค์ประกอบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์

หลังจากที่ได้รูปแบบสถานการณ์เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมแล้ว ผู้วิจัยนำรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญและทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้เทคนิคการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (Index of Item Objective Congruence--IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตามเทคนิค IOC คน ผลการตรวจสอบเพื่อการยืนยันและการปรับปรุงแก้ไข พบว่าความเหมาะสมของโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย มีค่าตั้งแต่ 0.80–1.00 โดยมีค่า IOC สูงกว่า 0.50 ทุกประเด็นแสดงว่ารูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์นั้นมีประสิทธิภาพเหมาะสม ผู้วิจัยจึงนำไปสังเคราะห์ร่างขึ้นรูปเป็นโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยในขั้นตอนต่อไป

ผลการสร้างรายละเอียดการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ผู้วิจัยจัดทำรายละเอียดของโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จัดทำชุดคู่มือประกอบโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย รวมถึงจัดทำแบบประเมินความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่มทดลองสำหรับทดสอบความรู้พนักงานด้านการบริการก่อนและหลังเข้าโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จัดทำแบบประเมินความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่ม กลุ่มควบคุมสำหรับทดสอบความรู้

พนักงานด้านการบริการที่ไม่ได้เข้าโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จัดทำแบบประเมินปฏิกิริยาของผู้เข้าร่วมโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จัดทำแบบประเมินการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่มทดลองทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมโปรแกรม แล้วนำร่างโปรแกรมที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบความสอดคล้อง (consistency) เชิงเนื้อหาของโปรแกรม ดำเนินการประเมินโดยใช้สัมประสิทธิ์แคปปา ของ ฟลีสส์ (Fleiss's Kappa) โดยได้ค่าสถิติแคปปา เท่ากับ 0.81 พบว่าการพัฒนาโปรแกรมดังกล่าว มีระดับความสอดคล้องดีมากกับวัตถุประสงค์และการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ และผู้วิจัยได้นำแนวคิดเชิงระบบมาใช้ในการออกแบบและจัดทำรายละเอียดของโปรแกรมแต่ละขั้นตอน

ผลการสร้างรายละเอียดของโปรแกรม เอกสารคู่มือประกอบในโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ภายใต้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยผู้วิจัยประยุกต์จากแนวคิดการวิจัยและพัฒนาของ Chookhampaeng (2016) รวมถึงการบูรณาการแนวคิดด้านการพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ตามแนวคิดของ Marquardt (2002) มาพัฒนาเป็นโปรแกรมเพื่อใช้เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยสรุปประเด็นออกมาเป็นกระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นแนวคิด Non-Script Model และ STAR Model ดังนี้

กระบวนการที่ 1 การเตรียมสถานการณ์ (situation) เป็นการเตรียมก่อนการฝึกอบรม เนื้อหาและพื้นหลังของงานบริการลูกค้า การร้องเรียนของลูกค้า

ผลประกอบการธุรกิจ ทั้งเนื้อหาสาระขององค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เอกสารและสื่อต่างๆ ที่ใช้ประกอบการฝึกอบรม กระบวนการและรูปแบบของการฝึกอบรม การจัดหาผู้เชี่ยวชาญที่เหมาะสม สถานที่ดำเนินการฝึกอบรม และงบประมาณต่างๆ รวมถึงประเมินความรู้ด้านการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานด้านการบริการก่อนการฝึกอบรม

กระบวนการที่ 2 ภารกิจ (task) การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เป็นการฝึกอบรมเน้นความรู้ทักษะ และทัศนคติ ประกอบด้วย การปฐมนิเทศ เรียนรู้บทบาทและหน้าที่ เรียนรู้วิธีการบริการด้วยใจ เรียนรู้การโค้ชแบบพี่เลี้ยง การเรียนรู้จากการฟังบรรยาย การเรียนรู้จากเอกสารคู่มือประกอบโปรแกรม และเรียนรู้ประสบการณ์เสมือนจริง (VR educate)

กระบวนการที่ 3 การฝึกฝน (action) เป็นการปฏิบัตินำความรู้ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นการมอบหมายงาน แล้วให้ผู้เข้าอบรมร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ด้วยการมีส่วนร่วมในการอภิปราย การจำลองประสบการณ์จริง (simulation case study) การเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติจริงและการนำเสนอบทบาทสมมติ (role play) ซึ่งเป็นการบูรณาการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง

กระบวนการที่ 4 การประเมินคุณค่าแห่งศักยภาพในตัวตนและการมุ่งผลงาน (results) เป็นการประเมินและทบทวนผลการประยุกต์ใช้ความรู้สู่การปฏิบัติ ประกอบด้วย การ Live Demo และ Morning Brief โดยการนำเสนอการสร้างสรรค์งาน มีการประเมินผู้เข้าอบรม 4 ประเภคือ (1) แบบประเมินความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (2) แบบประเมินปฏิกิริยาตอบสนองของกลุ่มทดลองต่อโปรแกรม (3) แบบประเมินคุณลักษณะของการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ และ (4) แบบ

ประเมินผลงานที่เกิดจากการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ผลการตรวจสอบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมโดยใช้หลักค่าสัมประสิทธิ์แคปปา ของฟลิสส์ (Fleiss's Kappa)

การประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน โดยใช้หลักค่าสัมประสิทธิ์แคปปาของฟลิสส์ (Fleiss's Kappa) มีข้อคำถามทั้งสิ้นจำนวน 15 ข้อ ผลการวิเคราะห์พบว่า ได้ว่า ค่าสูงสุดที่เป็นไปได้คือ 0.81 หมายถึงผู้ทรงคุณวุฒิทุกฝ่ายเห็นตรงกันหมดโดยมีระเบียบวิธีวัดความเห็นพ้องต้องกัน ซึ่งใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้อง (consistency) เชิงเนื้อหาของโปรแกรม ในรายการประเมินด้านความเป็นประโยชน์ ด้านความเป็นไปได้ ด้านความสมเหตุสมผล และด้านความถูกต้องแม่นยำ แสดงว่าเนื้อหาและการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมมีความสอดคล้องกันอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

การอภิปรายผล

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

การออกแบบโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยนั้น ยังไม่มีการพัฒนาเป็นโปรแกรมที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาเชิงวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางการเสริมสร้างแรงกระตุ้น

เชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของโปรแกรมที่ผู้วิจัยออกแบบและพัฒนาขึ้นนั้นมีคุณภาพตามที่เกณฑ์กำหนด ทั้งนี้เพราะว่าการพัฒนาโปรแกรมดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำเป็นขั้นตอนของการพัฒนาโปรแกรม คือ เริ่มจากศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกับการศึกษาแนวคิดเชิงทฤษฎีของโปรแกรมเพื่อให้ได้กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดประเด็นสำคัญในการพิจารณา คือ คุณลักษณะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสม รวมถึงรูปแบบ วิธีการและขั้นตอนที่เหมาะสมในการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย แล้วสังเคราะห์เพื่อร่างรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนั้นเพื่อให้พนักงานบริการลูกค้าที่เข้าโปรแกรมได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือเกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้เข้าโปรแกรมเรียนรู้ด้วยตัวเองเพิ่มเติม และก่อนการเข้าโปรแกรมผู้วิจัยจัดทำการปฐมนิเทศ เพื่อให้ข้อมูลความรู้และแนวทางปฏิบัติ เพื่อป้องกันการสับสน ไม่นั่นใจ และสามารถทำกิจกรรมตามโปรแกรมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด แล้วดำเนินการประเมินผลการพัฒนาโปรแกรม คือ การประเมินระดับปฏิกิริยา การประเมินระดับการเรียนรู้ ผู้เข้าโปรแกรมหรือกลุ่มทดลอง อย่างไรก็ตามผู้วิจัย ได้นำแนวคิดการเรียนรู้ในลักษณะที่เป็นองค์รวมทั้งระบบ (systems thinking) เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและบริหารจัดการองค์การในเชิงบูรณาการได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยค้นพบแนวทางการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยเชิงประจักษ์ อันเป็นประเด็น

ที่เกี่ยวข้องพัฒนาโปรแกรมในการจัดสนทนากลุ่ม ทำให้ได้แนวโน้มการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์แล้วนำไปพัฒนาเป็นแนวคำถามเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก จึงได้รูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสม เพื่อนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญและทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้เทคนิคการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (Index of Item Objective Congruence--IOC) ทำให้ผู้วิจัยได้การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมแล้วนำไปพัฒนาเป็นคู่มือการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย แล้วนำไปสังเคราะห์ขึ้นรูปร่างเป็นโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องประเมินและยืนยันร่างโปรแกรมจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ผู้วิจัยพัฒนาแนวคิดที่ใช้ในการออกแบบโปรแกรมผ่าน Non-Script Model และ STAR Model โดยเป็นกระบวนการการเรียนรู้รูปแบบการลงมือปฏิบัติ ใช้กระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาเพื่อให้เกิดความรู้ และทักษะทั้งในด้านองค์ความรู้เชิงทฤษฎี และด้านการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาการเรียนรู้ที่ได้มีส่วนร่วมและประยุกต์ใช้ความรู้

องค์ประกอบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยนั้น เป็นการพิจารณาถึงรูปแบบของด้านต่างๆ ของการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นประเด็นหลักในการพัฒนาครั้งนี้ ประกอบด้วย (1) การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ด้านการตอบสนองทั้งลูกค้าภายในและภายนอก (2) การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ด้านความใส่ใจในงาน (3) การเสริมสร้างแรงกระตุ้น

เชิงสร้างสรรค์ด้านบังคับบัญชาและการควบคุม และ (4) การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ด้านความสัมพันธ์ในองค์กรมุ่งทำงานเป็นทีม

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นในนี้ มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเชิงการนำไปประยุกต์ให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมในอุตสาหกรรมบริการ ถือเป็นโปรแกรมที่มีความสร้างสรรค์และเหมาะกับการเรียนรู้และสอดคล้องกับบริบทการทำงานของพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย เนื้อหาการเรียนรู้มุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดความชำนาญ และพัฒนาตนเองให้มีความสามารถยิ่งขึ้นได้ ตลอดจนการออกแบบกิจกรรมนั้นผู้วิจัยบูรณาการรูปแบบการเรียนรู้ทั้งการเรียนรู้แบบดั้งเดิม เพื่อปรับพื้นฐาน ความรู้ด้านการเสริมสร้างแรงกระตุ้นในเบื้องต้นให้กับพนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าก่อน ตลอดจนสร้างคู่มือการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่สั้นกระชับ ทันสมัย และน่าติดตาม สำหรับการเป็นใช้แนวทางเรียนรู้ฝึกฝนเพิ่มเติมด้วยตนเอง การสร้างแรงบันดาลใจให้เห็นความสำคัญของการพัฒนาตนเองด้านทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ที่ประสบความสำเร็จในสายวิชาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยเนื้อหาของการพัฒนาจะยังคงความเป็นโปรแกรมไว้ แต่ให้ความสำคัญในเรื่องของการเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ประสบความสำเร็จและการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้รูปแบบเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยตามโปรแกรมนี้อาจขยายไปสู่กลุ่มเป้าหมายอื่น ทั้งพนักงานในฝ่ายอื่นๆ เช่น

ฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ เป็นต้น ตลอดจนพนักงานบริษัทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในอุตสาหกรรมบริการ และโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จะช่วยจุดประกายให้หน่วยงานต่างๆ ในธุรกิจโทรคมนาคมของไทย รวมถึงบริษัทอื่นๆ ในธุรกิจบริการ ตลอดจนสถานศึกษาด้านการบริการ นำไปพัฒนาต่อยอดในการเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรให้เกิดทักษะด้านการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การพัฒนาบุคลากรที่เป็นรากฐานของการพัฒนาทุนมนุษย์ ในระดับองค์กรและระดับประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. จากวิจัยการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อสรุปเป็นกระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ซึ่งประกอบด้วยโมเดล Non-Script ซึ่งเป็นการเรียนรู้การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์และโมเดล STAR ซึ่งเป็นการเรียนรู้เชิงลงมือปฏิบัติ ที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยและนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และส่งผลให้องค์กรสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้บริหารทุกภาคส่วนขององค์การสามารถนำโปรแกรมนี้อไปใช้เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยได้ทุกระดับ และสามารถสร้างเป็นกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กรสืบไป

2. องค์กรหรือหน่วยงานใด ที่จะนำโปรแกรม

เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ไปประยุกต์ใช้ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น จำเป็นต้องพิจารณาความเหมาะสมของบริบทและความต้องการของบุคลากรที่จะพัฒนาด้วย อย่างไรก็ตามการออกแบบโปรแกรมนี้ ผู้วิจัยคำนึงถึงการนำไปใช้ได้กับทุกหน่วยงาน ทุกองค์กร เพราะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเป็นเรื่องพื้นฐานและสำคัญต่อทุกคน ทุกหน่วยงาน และทุกองค์กร ที่ต้องใช้กระตุ้นตามทฤษฎีนำมา

ใช้ด้านการบริหารในองค์กร เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงานที่ทำ และเกิดความพยายามที่จะทำงาน เพราะรู้สึกในทางบวกกับงานที่ปฏิบัติ จึงทำให้ผลผลิตของงานเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำกระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้แนวคิด Non-Script Model และ STAR Model ไปบูรณาการและประยุกต์ใช้เสริมสร้างทักษะด้านอื่นๆ ของบุคลากรในองค์กรให้เกิดความรู้ ทักษะ และความสามารถได้ด้วย

References

- Akarapin, M. (2012). *The correlation of contemporary motivation factors and efficiency of working performance: Case study of fuel services company*. Master's Thesis of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [In Thai]
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2005). Market orientation and the new product paradox. *Journal of Product Innovation Management*, 22(6), 483-502.
- Buasruang, E. (2008). *Leadership styles and achievement motive of public prosecutor in Attorney General Office Region 5*. Master's Thesis of Public Administration, Chiang Mai University. [In Thai]
- Buosonte, R. (2013). *Qualitative research in education* (4th ed.). Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Chalamwong, Y., Hongproyoon, K., Anantatus., A, Prasomsup, R., & Chalardsuk, A. (2016). *The study of demand for labor in special economic zones in the next five years* (B.E. 2060-2564) in connection with ASEAN Community. Ministry of Labour. [In Thai]
- Chookhampaeng, C. (2016). *Curriculum research and development: Concept and process*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Department of Business Development. (2016). *Commercial registration of store/normal person*. Retrieved from https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=373 [In Thai]
- Fleiss, J. L. (1971). Measuring nominal scale agreement among many raters. *Psychological Bulletin*, 76(5), 378-382.
- Klankaew, P. (2008a). Human relations to create success in the organization. *For Quality Magazine*, 15(134), 27-31. [In Thai]
- Klankaew, P. (2008b). To motivate subordinates to be diligent in their work. *For Quality*, 15(130), 129-134. [In Thai]

- Marquardt, M. J. (2002). *Building the learning organization: Mastering the 5 elements for corporate learning*. Davies-Black.
- Ministry of Industry. (2016). *Strategy for the development of Thai Industry 4.0 in 20 years* (A. D. 2017-2036). Author. [In Thai]
- National Broadcasting and Telecommunication Commission. (2017). *Plan to provide universal basic telecommunication services and social services, Vol. 2, A.D. 2017-2021*. Author. [In Thai]
- Nikomborirak, D. (2013). *Thai telecommunication business: Retrogression*. Retrieved from <https://tdri.or.th/2012/10/ar011> [In Thai]
- Office of the Royal Society. (2011). *Service: Royal Institute Dictionary B.E. 2554*. Retrieved from <https://dictionary.orst.go.th/index.php> [In Thai]
- Pervin, L. A. (1975). *Personality: Theory assessment and research* (2nd.ed.). John Wiley & Sons.
- Petsri, C. (2013). *The follower characteristics and organizational climate influencing operational efficiency of employees*. Master' Thesis of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [In Thai]
- SMEs Knowledge Center. (2014). *Meaning and business type of telecommunication service business*. Retrieved from <https://bit.ly/31nMtvV> [In Thai]
- Tanhakorn, T., & Pasunon, P. (2016). Factors influencing the decision to use a Coffee Shop True (True Coffee) in Bangkok. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 6(3), 169-180. [In Thai]
- Tanhakorn, T., & Chantuk, T. (2017). How to be new generation entrepreneurs in Thailand 4.0. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 12(2), 107-122. [In Thai]
- Tanhakorn, T., & Chantuk, T. (2018). Success factors for creative entrepreneurs in the creative economy. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 11(1), 396-410. [In Thai]
- Tejagupta, C. (2006). *Attitude and service satisfaction*. In the teaching document series service psychology units 8-15. Sukhothai Thammathirat Open University Press. [In Thai]
- Wilairat, P. (2014). *Strategic management*. Siamparitut. [In Thai]
- Yin, R. (1994). *Case study research design and methods*. John Wiley & Sons.