

กระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการสื่อสารขณะสัมภาษณ์งานของผู้ถูกสัมภาษณ์ในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ต อินเตอร์เนชั่นแนล คอสเมติกส์ จำกัด

The process of building credibility through communication in job interview for Sales Manager Candidate of Modern Cass International Cosmetic Limited

มาริสา วัฒนาศิริพร (Marisa Vattanasiriporn)^{*}

พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Phitak Siriwong)^{**}

ไพโรจน์ วิไลนุช (Pairote Wilainuch)^{***}

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาโครงสร้างบทสนทนา วิธีการสนทนา การตั้งคำถาม ตลอดจนการยุติบทสนทนายหว่างการสัมภาษณ์งานของผู้ถูกสัมภาษณ์และผู้สัมภาษณ์ 2) เพื่อศึกษากระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือและเทคนิคการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายขณะสัมภาษณ์งาน และศึกษาแนวทางการเตรียมตัวเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายโดยมีขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาแนวทางในการเตรียมตัวของผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ก่อนที่ผู้ถูกสัมภาษณ์จะเข้ารับการสัมภาษณ์งานจริง โดยมีคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured interview) หรือเป็นแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) 2) ศึกษาโครงสร้างบทสนทนา วิธีการเปิดบทสนทนา การตั้งคำถาม ตลอดจนการยุติบทสนทนายหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ ภายใต้เงื่อนไขของความความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมระหว่างอำนาจของทั้งสองฝ่าย โดยการบันทึกวิดีโอทัศนขณะมีการสัมภาษณ์งานจริงในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย ใช้วิธีการวิเคราะห์การสนทนา (Conversation Analysis) เพื่อค้นหาโครงสร้างการสื่อสารที่เกิดขึ้นและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ 3) ศึกษาถึงกระบวนการในการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการบันทึกวิดีโอทัศนอาศัยวิธีการวิเคราะห์การสนทนา สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีความสนใจรับผู้จัดการฝ่ายขายเข้ามาทำงานในบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ต อินเตอร์เนชั่นแนล คอสเมติกส์ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างบทสนทนาแบ่งออกเป็น 4 ช่วง คือ ช่วงเปิดบทสนทนา ช่วงนำเสนอประสบการณ์ ช่วงทดสอบและประเมิน และช่วงปิดการสนทนา เทคนิคและแนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือ

^{*} นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Ph.D students Doctor of Philosophy Program in Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University

^{**} รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Assoc. Prof. Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University

^{***} รองศาสตราจารย์ ดร. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Assoc. Prof. Dr., Faculty of Communication Arts, University of the Thai Chamber of commerce

ของผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงาน มีดังนี้ 1) การใช้หลักการเหตุผล 3 ประการ 2) เทคนิคการเชื่อมโยงคำตอบเมื่อถูกผู้สัมภาษณ์ถามคำถาม discredit แนวทางการเตรียมตัวของผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานมีดังนี้ 1) การมาก่อนเวลาสัมภาษณ์ 2) การเตรียมเอกสารสำคัญก่อนเข้ารับการสัมภาษณ์งาน 3) การเตรียมเครื่องแต่งกาย 4) การศึกษาประวัติบริษัทที่จะไปสัมภาษณ์งาน 5) การเตรียมแนวการตอบคำถาม 6) การทบทวนความรู้ในเรื่องการขาย วิธีการคิดกำไร ขาดทุน ต้นทุนสินค้า 7) การพูดความจริงเท่านั้น

คำสำคัญ : การวิเคราะห์การสนทนา (Conversation Analysis: CA), สัมภาษณ์งาน, ผู้จัดการฝ่ายขาย

Abstract

The study aimed at 1) exploring the conversation structure and practices between the interviewee and interviewer in a job interview context and 2) process of building credibility and the technique of the interviewee that led to a job offer for Sales Manager position during the interview and studying preparation guidelines for how to build this credibility. The research process has 3 phases: First, studying preparation guidelines on how interviewees build credibility by in-depth interview before the interviewee had a real job interview, using semi-structured interview questions and unstructured interview questions in an in-depth interview. Second, studying the conversation structure, conversation method, sequence of conversation, poses a question until end of conversation between interviewee and interviewer by recording a video during an interview for the Sales Manager position, using the conversation analysis (CA) method to analyze the communication that occurs during the interaction between the interviewer and the interviewee. Third, the process of building credibility through the job interview by recording the video during the job interview process using conversation analysis (CA) method to analyze the conversation and in-depth interview with an interviewer who has authority to select Sales Managers in Modern Cass International Cosmetic Limited. The outcome shows that conversation structure can be separated into 4 parts: the opening stage, experience presentation stage, testing & evaluation stage and closing stage. The technique and process of building credibility through job interview has 2 techniques: 1) list-construction and 2) compiling and linking the answer when the interviewer asks discredit question. Preparation guidelines of interviewees who got selected for the job offer for a Sales Manager position 1) always come before interview time 2) all documents needed to be prepared before the interview day 3) clothing for the interview should be prepared before the interview day 4) the company profile should be studied before going for an interview 5) the answer should be prepared when answering the interviewer's question 6) sales theory or any knowledge that

relates with the position should be studied 7) only tell the truth when answering the interviewer's question

Keywords : Conversation Analysis (CA), job interview, Sales Manager

บทนำ

ปัญหาการหางานทำและความเข้มข้นของการชิงชัยในตลาดแรงงาน ในช่วงเกือบ 10 ปีที่ผ่านมาจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีการลงทุนจากต่างประเทศน้อยลง เกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ มีการลดขนาดกิจการ หรือบางรายถึงกับยกเลิกกิจการ ถอนเงินลงทุน และมีความเป็นไปได้สูงในการชะลอการรับพนักงานเข้าทำงาน พร้อมกับอาจจะมีการเลิกจ้างลูกจ้างมากถึง 1.6 ล้านคน ส่งผลให้เกิดการว่างงานในปัจจุบัน กองวิจัยตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน ได้จัดทำ “รายงานสถานการณ์การว่างงาน การเลิกจ้างและความต้องการแรงงาน เดือนเมษายน 2558” โดยอ้างอิงข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ทำการสำรวจในเดือนมีนาคม 2558 ซึ่งนับว่าเป็นรายงานสถานการณ์แรงงานฉบับล่าสุด ซึ่งได้มีการเผยแพร่ในช่วงต้นเดือนพฤษภาคม 2558 ที่ผ่านมา พบว่า สถานการณ์การว่างงานของแรงงานไทย ยังคงมีตัวเลขการว่างงานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ต้นปี 2558 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนจำนวนผู้ว่างงานเพิ่มขึ้น 3.7 หมื่นคน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.97 และเมื่อพิจารณาผู้ประกันตนที่ถูกเลิกจ้าง พบว่ามีสาเหตุเนื่องมาจากนายจ้างลดจำนวนพนักงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.31 รองลงมาได้แก่ นายจ้างปิดกิจการ คิดเป็นร้อยละ 36.12 ส่วนสาเหตุอื่นๆ เช่น สุขภาพไม่ดี หยุดกิจการชั่วคราว คิดเป็นร้อยละ 19.87 ไม่ผ่านการประเมิน/ทดลองงาน คิดเป็นร้อยละ 3.56 มีความผิด คิดเป็นร้อยละ 0.96 นายจ้างใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 0.18 (กรมการจัดหางาน, 2558)

จากสถิติการว่างงานจะเห็นว่าตัวเลขการว่างงานเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งการว่างงานส่งผลให้เกิด ปัญหาทางการเงิน ปัญหาอาชญากรรมค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเนื่องจากเจ็บป่วยปัญหาวิถีชีวิตและการแย่งงานกันทำ (วีระพงษ์ จันทา, 2555) การหางานทำงานเป็นหนทางเดียวเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังนั้นคนจึงมุ่งหางานทำและก่อให้เกิดปัญหาการหางานทำ จากปรากฏการณ์การว่างงานที่เกิดขึ้น ตลาดแรงงานจึงเป็น “ตลาดของนายจ้าง” ที่จะเลือกสรรเฉพาะคนที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ การหางานทำจึงยากกว่าเดิมมาก ในแต่ละปีจะมีผู้จบการศึกษาในระดับการศึกษาต่างๆ รวมแล้วมากกว่าแสนคน และเมื่อรวมกับผู้ที่ตกค้างมาจากปีก่อนๆ ที่ยังหางานไม่ได้ การชิงดีชิงเด่นกันหางานทำยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น การจะสมัครงานหรือหางานทำจะยิ่งยากเพิ่มมากขึ้น ตลาดแรงงานในปัจจุบันจึงเป็นตลาดแรงงานของนายจ้าง ด้วยเหตุนี้ผู้สมัครงานจำนวนมากจึงไม่มีโอกาสได้เลือกสรรงานมากนัก และหลายๆ คนต้องยอมรับงานที่ต้องการวุฒิการศึกษาต่ำกว่า ที่เรียนจบมาเพื่อสมัครงาน เพราะบางบริษัทต้องการรับผู้ที่จบอนุปริญญาเข้าทำงาน คนจบปริญญาตรีที่อยากได้งานก็จะนำวุฒิ ปวส. มาแสดง บางบริษัทรับเฉพาะคนจบ ปวช. แต่จะมีผู้สมัครงานบางคนทั้งๆ ที่จบ ปวส. จะใช้วุฒิ ปวช. ไปแสดง ผู้หางานบางรายผลการเรียนดีแต่ต้องทนต่อการว่างงาน 1-2 ปี ก็มี จากความเชื่อที่ว่า เรียนเก่งหรือเรียนดี แล้วจะหางานง่ายนั้น อาจจะไม่จริงเสมอไปในยุคปัจจุบัน การรับคนเข้าทำงานในทุกวันนี้จะพิจารณาสิ่งอื่นๆ ประกอบด้วย อาทิ บุคลิกลักษณะ ความคล่องตัว ความอดทน ความเป็นคนมีปฏิภาณไหวพริบ เป็นต้น (กิริติ ตระการศิริวานิช, 2558)

การสื่อสารขณะสัมภาษณ์งานเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้สัมภาษณ์เทคนิคในการสื่อสารขณะสัมภาษณ์งานมีหลากหลายวิธี เช่น พูดให้ชัด ไม่ว่าจะสัมภาษณ์งานเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษก็ควรสื่อสารให้ชัดเจน การหลีกเลี่ยงประโยคยาวที่ต้องมีคำขยายซับซ้อนจะทำให้ผู้สัมภาษณ์ทำความเข้าใจกับประโยคของผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ยาก อีกทั้งตัวผู้ถูกสัมภาษณ์อาจไม่สามารถปะติดปะต่อความคิดของตน จังหวะการพูด กล่าวคือ การหยุดในช่วงที่ควรหยุด การพูดที่ดีควรมีจังหวะหยุดในช่วงที่ควรหยุด เพื่อให้ตัวผู้ถูกสัมภาษณ์มีเวลาคิดและเลือกสรรคำพูดให้ดีที่สุด การหยุดยังช่วยให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้พักหายใจ กระตือรือร้น และมีชีวิตชีวา ควรนำเสนอให้ผู้สัมภาษณ์รับรู้ได้ถึง ความกระตือรือร้น ความมีชีวิตชีวาของผู้ถูกสัมภาษณ์ ไม่ควรพูดด้วยแบบเสียงที่ราบเรียบเพราะอาจฟังดูน่าเบื่อ (วิมลมาศ, 2556) นอกจากนี้ควรใช้ภาษากายประกอบการพูดแต่พองาม เพื่อให้ดูเป็นธรรมชาติ แต่ต้องควบคุมให้พอดี อย่าให้มากเกินไปเช่นกัน การสบตาผู้สัมภาษณ์เป็นสิ่งสำคัญกับการพูดกล่าวคือคือ ควรพูดและมองผู้ฟังด้วย มีการสบตาเป็นระยะ จะทำให้ผู้สัมภาษณ์รู้สึกว่าผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ความสนใจและให้การมองผู้สัมภาษณ์งานยังช่วยให้คุณสังเกตปฏิกิริยาของผู้สัมภาษณ์ได้ด้วยว่ามีความพึงพอใจกับคำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์มากน้อยเพียงใด เป็นต้น การที่ผู้ถูกสัมภาษณ์จะทำให้ผู้สัมภาษณ์เกิดความมั่นใจได้นั้น ผู้ถูกสัมภาษณ์จำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นขณะสัมภาษณ์ผ่านการสื่อสาร การสร้างความน่าเชื่อถือนั้นมีส่วนในการโน้มน้าวให้ผู้ฟังเชื่อในข้อความที่ผู้พูดต้องการสื่อ (วิโรจน์ เทพบุตร, 2558) องค์ประกอบของความน่าเชื่อถือมี 4 ส่วนด้วยกันคือ ความบูรณภาพและจริยธรรม (integrity & ethical) ความไว้วางใจ (trust) บุคลิกภาพ (character) และความรู้ความสามารถ (knowledge & ability) (Ferguson, 1999) ดังนั้นผู้ถูกสัมภาษณ์จึงควรเตรียมตัวเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นเพื่อให้ได้รับการว่าจ้างจากบริษัทนายจ้าง โดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยขณะสัมภาษณ์งาน

ผู้หางานส่วนใหญ่มักมุ่งสมัครงานไปยังกลุ่มบริษัทที่มีผลประโยชน์ประกอบที่ดี ปัจจุบันธุรกิจที่กำลังเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดดคือธุรกิจเครื่องสำอางและความงาม (ปานทิพย์ เปลี่ยนโมฬ, 2555) เป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่องทุกปี การบริโภคเครื่องสำอางในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคนทุกเพศทุกวัยต่างให้ความสนใจสุขภาพ ความงาม และผิวพรรณ รวมทั้งการดูแลตัวเองมากขึ้นมีความต้องการอยากให้ตัวเองดูดีขึ้นและเป็นเหตุให้ธุรกิจด้านความงาม คลินิกดูแลรักษาผิวพรรณ เครื่องสำอางชั้นนำต่างๆ เกิดขึ้นมากมายเพื่อรองรับกับความต้องการที่สูงขึ้นทุกปี ภายใต้คุณลักษณะของการเป็นธุรกิจที่“โตเงียบ” ไม่ว่าสถานการณ์จะเป็นอย่างไร ธุรกิจความงามจึงเปรียบเสมือนแหล่งขุมทรัพย์ ที่รอแจ้งเกิดผู้ประกอบการที่มองเห็นโอกาสในการเข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดก่อนใคร (กัญญารัตน์ ตรีสิน, 2558) ปัจจุบันจะพบว่าตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีความหลากหลายทั้งในเรื่องของราคาและคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน นำไปสู่สถานะการแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีมูลค่ามหาศาลเพิ่มสูงขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ และแน่นอนว่าผู้ที่ทำงานอยู่นั้นมีความมุ่งหวังในการเข้ามาทำงานในธุรกิจที่กำลังเจริญเติบโตเพื่อความมั่นคงในหน้าที่การงาน และค่าตอบแทนที่เหมาะสม การที่องค์กรต่างๆ จะเจริญเติบโตได้นั้น ต้องอาศัยคนทำงาน และการที่องค์กรจะมียอดหรือส่วนแบ่งการตลาดได้มากหรือน้อยย่อมขึ้นอยู่กับฝ่ายขาย

ยอดขายสามารถเป็นดัชนีวัดว่าธุรกิจนั้นไปได้ดีเพียงใด ในหลายๆ องค์การใช้ “ยอดขาย” เป็นมาตรฐานในการวัดความสำเร็จขององค์การและรายได้หรือยอดขายสามารถบ่งบอกได้ถึงขนาดของธุรกิจ ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ความสามารถขององค์การต่อการขาย รวมถึงความสามารถของฝ่ายขายในองค์การนั้นๆ (เบญจลักษณ์ ศกุนะสิงห์, 2009) ดังนั้นองค์การจะมียอดขายที่ดีหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับฝ่ายขายว่ามีความสามารถมากน้อยเพียงใด เป็นที่เข้าใจว่าฝ่ายขายมีหน้าที่ในการหารายได้เข้าบริษัท แม้ว่าธุรกิจนั้นจะมีการจัดการภายในที่ดีเยี่ยมเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้หรือมีผู้บริหารที่มีความสามารถ มีการนำกลยุทธ์ที่ก้าวล้ำนำมาใช้ในองค์การ แต่องค์การยังคงต้องให้ความสำคัญกับฝ่ายขาย มิเช่นนั้นระบบที่ดีเยี่ยมเทคโนโลยีที่ทันสมัยในองค์การก็ไร้ความหมาย (Tanner Erffmeyer, 2014) ถ้าเปรียบเทียบองค์การเสมือนรถยนต์คันหนึ่ง ฝ่ายขายนั้นเปรียบเสมือนกับล้อทั้ง 4 ของรถยนต์ที่มีหน้าที่ขับเคลื่อนไปข้างหน้าโดยมีผู้บริหารเป็นคนขับรถยนต์ และรายได้ที่เข้ามาในองค์การเป็นน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งรถยนต์ไม่สามารถเคลื่อนไปข้างหน้าได้หากขาดเชื้อเพลิง องค์การเองจึงไม่สามารถที่อยู่โดยขาดรายได้ และจากคำกล่าวที่ว่า “ฝ่ายขายไม่ใช่ทั้งหมดขององค์การ แต่ทั้งหมดขององค์การขึ้นอยู่กับฝ่ายขาย” (อนุวัฒน์, 2542) เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสำคัญของฝ่ายขายได้เป็นอย่างดี

บริษัทแมนพาวเวอร์กรุ๊ป ประเทศไทยจำกัด ในฐานะบริษัทจัดหางานชั้นนำและที่ปรึกษาด้านแรงงาน ทำการสำรวจและรวบรวมข้อมูลแนวโน้มอาชีพมาแรงในปี 2015 โดยวัดจากอุปสงค์และอุปทาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อัตราการเจริญเติบโต การจ้างงานทั้งหมดในปี 2014 ค่าจ้างเฉลี่ยคิดเป็นชั่วโมง และที่สำคัญที่สุดคือ “ผลต่างระหว่างความต้องการของบริษัทต่างๆ ที่ลงประกาศรับสมัครงานกับอัตราการจ้างงานจริงในแต่ละเดือน” นั่นคือจำนวนอัตรางานที่กำลังต้องการและขาดแคลนอยู่ในขณะนั้นนั่นเอง และมีผู้สนใจอยากเข้ามาอยู่ในสายอาชีพเหล่านี้เช่นนี้ จนได้ออกมาเป็น 18 อาชีพที่มาแรงที่สุดในปี 2015 โดยแบ่งเป็นงานที่จะต้องมีการฝึกอบรมรับรอง ต้องผ่านการศึกษาระดับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย 9 อาชีพ และตำแหน่งฝ่ายขายและการตลาดมาเป็นอันดับแรก ด้วยเหตุนี้งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเน้นไปที่ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายเนื่องจากเป็นตำแหน่งที่เป็นที่ต้องการของตลาดและเป็นตำแหน่งที่ทางผู้หางานต้องการเช่นเดียวกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การสร้างความน่าเชื่อถือของสัมภาษณ์งาน การสื่อสารของสัมภาษณ์งานและความสำคัญของตำแหน่งฝ่ายขายจึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้ภายใต้ชื่อเรื่อง กระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือในการสัมภาษณ์งานผ่านการสื่อสารของผู้ถูกสัมภาษณ์งานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล คอสเมติกส์ จำกัด ผู้วิจัยได้พูดคุยกับผู้บริหารบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล คอสเมติกส์ จำกัด และพบว่าจำนวนผู้ที่สนใจในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายนั้นมีจำนวนมากเมื่อเทียบกับจำนวนที่ต้องการรับ แต่ผู้สมัครส่วนมากมีคุณสมบัติไม่ตรงตามที่บริษัทต้องการ และผู้สมัครร้อยละ 80 ไม่ผ่านการสัมภาษณ์ การมีจำนวนผู้สนใจสมัครงานตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายมากนั้นเป็นไปตามจำนวนอัตราว่างที่สูง การหางานสูง และการแข่งขันเพื่อให้ได้งานสูง ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษากระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการสื่อสารของสัมภาษณ์งานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายกับบริษัทชั้นนำด้านเครื่องสำอางซึ่งเป็นของคนไทย เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่ทำงานและต้องไปสัมภาษณ์งานว่าควรมีการเตรียมตัวอย่างไรเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นของสัมภาษณ์งาน และฝ่ายบุคคลสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์งาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาโครงสร้างบทสนทนา วิธีการสนทนา การตั้งคำถาม ตลอดจนการยุติบทสนทนายวาระหว่างการสัมภาษณ์งานของผู้ถูกสัมภาษณ์และผู้สัมภาษณ์ 2) เพื่อศึกษากระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือและเทคนิคของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายขณะสัมภาษณ์งาน และศึกษาแนวทางการเตรียมตัวเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษากระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการสื่อสารขณะสัมภาษณ์งานของผู้ถูกสัมภาษณ์ในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ต ชอสมติคส์ จำกัด ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. **ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล** ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) หมายถึงบุคคลที่ให้ข้อมูลระหว่างบทสนทนา การสัมภาษณ์ระดับลึกในงานวิจัยนี้ได้แก่ ผู้ถูกสัมภาษณ์ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายและผู้สัมภาษณ์งานจากบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ต ชอสมติคส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ประเมินผลการสัมภาษณ์งานและมีอำนาจในการตัดสินใจรับผู้จัดการฝ่ายขายเข้าทำงานในการสัมภาษณ์งานครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยยึดหลักการเลือกแบบเจาะจง (purposive) การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเช่นนี้กำหนดกรอบในการเลือกอย่างกว้าง ๆ คือ ผู้สมัครงานตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ได้รับคัดเลือกเข้าสู่รอบการสัมภาษณ์งาน

2. **ขอบเขตด้านพื้นที่** การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการศึกษาการสร้าง ความน่าเชื่อถือของผู้ถูกสัมภาษณ์ตำแหน่งงานผู้จัดการฝ่ายขายโดยถูกผู้สัมภาษณ์หรือผู้จัดการฝ่ายบุคคลเป็นผู้สัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์งานของบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ต ชอสมติคส์ จำกัด เป็นบริษัทชั้นนำเรื่องยาย้อมผม ดำเนินการมากกว่า 27 ปี ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ DCASH, LIFEORD PARIS, DCASH NEXT POWER เป็นผลิตภัณฑ์ ยาย้อมผม ที่เขียนขอบตา (eyeliner) และผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางอื่นภายใต้ชื่อ LIFEORD PARIS เป็นบริษัทชั้นนำของคนไทยในธุรกิจความสวยความงาม

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและการคัดเลือก

ลูอิส อาร์โกเมส เมเจีย (Luis R.Gomez-Mejia) เดวิด บี บาลคิน (Devid B. Balkin) และโรเบิร์ต แอล คาร์ดี้ (Robert L Cardy) ได้ให้ความหมายของการคัดเลือกว่าเป็นกระบวนการคัดเลือกกว่าจะทำการว่าจ้างหรือไม่ว่าจ้าง โดยมีการกำหนดคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการปฏิบัติงาน สำหรับตำแหน่งนั้นๆตามข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์งาน และประเมินคุณสมบัติของผู้สมัครตามเกณฑ์ดังกล่าวเพื่อทำการว่าจ้างผู้ที่เหมาะสมที่สุด นอกจากนี้การตัดสินใจที่จะทำงานหรือไม่ ยังเกี่ยวข้องกับผลการทดสอบที่เกี่ยวข้อง และความประทับใจที่ผู้สัมภาษณ์มีต่อผู้เข้ารับการสัมภาษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับเวนเดล เฟรนช์ (Wendell French) ให้คำนิยามเชิงปฏิบัติการว่าการคัดเลือกเป็นกระบวนการตัดสินใจเลือกผู้สมัคร เพื่อเลือกผู้ที่เหมาะสมและดีที่สุดสำหรับงานใน

มิติต่างๆ การพิจารณานับตั้งแต่สิ่งที่สามารถมองเห็นได้และเป็นรูปธรรมวัดได้ เช่น จำนวนปีของประสบการณ์ ไปจนถึงสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้จากภายนอกและเป็นคุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น ภาวะความเป็นผู้นำ โดยใช้เครื่องมือคัดเลือกที่เป็นแบบทดสอบ การตรวจสอบภูมิหลัง การตรวจสอบสุขภาพร่างกาย รวมไปถึงการประเมินทัศนคติจากการสัมภาษณ์ อาร์ เวน มอนดี้ (R. Wayne Mondy) และโรเบิร์ต เอ็ม โน (Robert M none) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการคัดเลือกก็เพื่อให้ได้คนที่เหมาะสมกับตำแหน่งมากที่สุด กระบวนการคัดเลือกบุคคลจึงเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญที่จะส่งผลถึงกระบวนการอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งผลกระทบต่อกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์อื่นๆ

การสรรหาและคัดเลือก ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นได้ว่า การสรรหาและคัดเลือกคือกระบวนการคัดเลือกโดยพิจารณาจากกลุ่มผู้สมัครจำนวนมากว่าหนึ่งคน พิจารณาว่าบุคคลใดจะมีความเหมาะสมกับตำแหน่งมากที่สุด วัตถุประสงค์ก็เพื่อจัดคนให้เหมาะสมกับตำแหน่งมากที่สุด กระบวนการสรรหาและคัดเลือกเพื่อเลือกผู้สมัครที่เหมาะสมและดีที่สุดสำหรับงานในมิติต่างๆ การพิจารณานับตั้งแต่สิ่งที่สามารถมองเห็นได้และเป็นรูปธรรมวัดได้ รวมไปถึงการประเมินทัศนคติจากการสัมภาษณ์

2. แนวคิดกระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือ (credibility)

O'keefee (1990) ได้ให้ความหมายของความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งจำเป็นขององค์การ ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือความตระหนักรู้ถึงความไว้วางใจ (trust) ของผู้ที่เราทำงานด้วย รวมถึงคุณความดี (integrity) ของคนผู้นั้น ซึ่งนิยามความหมายทั้งสองมีจุดเน้นร่วมกันที่สำคัญของความน่าเชื่อถือ (confidence) และความไว้วางใจอันเป็นคุณสมบัติและหลักการพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ferguson (1999) ที่สรุปว่าความน่าเชื่อถือนั้นประกอบด้วย ความไว้วางใจ (trust) ความสามารถ (competency) ความสัตย์และจริยธรรม (integrity and ethical) และบุคลิกที่ดี (character) ดังนั้น ความไว้วางใจจึงเป็นจุดกำเนิดของความน่าเชื่อถือนั่นเอง ความน่าเชื่อถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินธุรกิจดังกล่าว องค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ (credibility) มีดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ (trust) ความไว้วางใจนั้นไม่ได้เกิดขึ้นมาอย่างเลื่อนลอย หากแต่มีฐานรองรับนั่นคือ พฤติกรรมและผลของการกระทำ หากต้องการให้คนเชื่อมั่นควรเริ่มที่การกระทำ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย ภาษากายต่างๆ ความไว้วางใจจะเกิดขึ้นเองโดยไม่จำเป็นต้องเรียกร้อง การที่ความไว้วางใจจะเกิดขึ้นได้นั้นอาศัยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความรู้ความสามารถ (competency) และ บุคลิกภาพ (character)

2. ความรู้ความสามารถ หรือ competence (บางที่ใช้คำว่า knowledge & ability ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้คำว่า competency) หมายความว่า จะต้องมีความรู้ความสามารถในงานสูง มีความรู้ในสาขาวิชาใดสาขาวิชาหนึ่งหรือหลายๆ สาขาเป็นอย่างดี เช่น ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายควรมีความรู้ในการบริหารจัดการคน เนื่องจากเป็นงานระดับผู้จัดการ ควรมีความรู้ในการต่อรอง รวมถึงมีความรู้ด้านการขาย เป็นต้น

3. บุคลิกภาพ (character) คือสิ่งที่คนมองเห็นได้จากภายนอก และพฤติกรรมภายในของแต่ละบุคคล (personality) ซึ่งรวมถึงความสามารถ ความถนัด ความสนใจ และความรู้สึกนึกคิดที่เป็นของบุคคลนั้น อันส่งผลให้บุคคลมีพฤติกรรมและลักษณะนิสัยเฉพาะแตกต่างกันออกไป แต่ละคนจะมีบุคลิกแตกต่างกันไป

แล้วแต่ภาวะทางใจและภาวะทางกายของบุคคลนั้น ทั้งการเลี้ยงดู การศึกษาและภาวะทางสังคม รวมถึงปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ซึ่งเป็นรากฐานภายใต้ตัวบุคคล

4. ความบูรณภาพ (integrity) หมายถึง การตั้งตนอยู่บนความถูกต้อง (สุธี พนาวรร, 2556) เช่น ความมีศีลธรรมจรรยาบรรณ จริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความตรงไปตรงมา การไม่โกง การไม่เบียดบังผลประโยชน์ส่วนรวมมาเป็นของส่วนตัว เป็นต้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับสมรรถนะและความสามารถ (competency)

ความหมายของสมรรถนะมีหลายนัย ดังจะยกตัวอย่างการให้ความหมายของนักวิชาการบางท่าน ดังนี้ นักคิดทฤษฎี Scott B. Parry (1998) นิยามคำว่าสมรรถนะว่าคือ กลุ่มของความรู้ (knowledge) ทักษะ (skills) และคุณลักษณะ (attributes) ที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งมีผลกระทบต่องานหลักของตำแหน่งงานหนึ่งๆโดยกลุ่มความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะดังกล่าว สัมพันธ์กับผลงานของตำแหน่งงานนั้นๆ และสามารถวัดผลเทียบกับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ และเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้างขึ้นได้ โดยผ่านการฝึกอบรมและการพัฒนา (สุกัญญา รัตติธรรมโชติ, 2004) Clark (1998) กล่าวว่า สมรรถนะประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการได้แก่ ประการแรกคือ ความรู้ ประการที่สองคือทักษะ และประการสุดท้าย ความสามารถ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสังเกตได้ หรือสามารถวัดได้ส่วนความรู้ความสามารถเหล่านี้จะต้องแยกออกจากผู้ที่สามารถปฏิบัติงานได้ทั่วไปและผู้ที่สามารถปฏิบัติงานได้ดีเลิศ Boyatzis (1982) กล่าวว่า สมรรถนะคือกลุ่มของความสามารถที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเพื่อให้บรรลุถึงความต้องการของงานภายใต้ปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค์การและทำให้คนมุ่งมั่นไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ Mcshane and Glinow (2000) กล่าวว่า สมรรถนะหมายถึง ความสามารถที่มีอยู่ในตัวของบุคคล ความรู้ทักษะที่เกิดจากการเรียนรู้ รวมถึงค่านิยม บุคลิกภาพและคุณลักษณะอื่นๆซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมที่แสดงออก แนวคิดของ McClelland (1993)ได้อธิบายคุณลักษณะ (characteristic) ของคนว่า เปรียบเสมือนภูเขาน้ำแข็ง (iceberg) กล่าวคือสิ่งที่อยู่เบื้องหลังและส่งผลต่อพฤติกรรมปฏิบัติงานของบุคคลแต่ละคน เปรียบได้กับภูเขาน้ำแข็ง ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ลอยอยู่เหนือน้ำและส่วนที่อยู่ใต้น้ำ

ผู้วิจัยสรุปประเด็นค่านิยมของสมรรถนะได้ว่า สมรรถนะ คือ คุณลักษณะของบุคคล ซึ่งได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณสมบัติต่างๆอันได้แก่ ค่านิยม จริยธรรม บุคลิกภาพ คุณลักษณะทางกายภาพ และอื่นๆ ซึ่งจำเป็นและสอดคล้องกับความเหมาะสมกับองค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสามารถจำแนกได้ว่าผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำงานได้ต้องมีคุณลักษณะเด่นๆอะไร หรือลักษณะสำคัญๆอะไรบ้าง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ สาเหตุที่ทำงานแล้วไม่ประสบความสำเร็จ เพราะขาดคุณลักษณะบางประการคืออะไร เป็นต้น

4. แนวคิดทฤษฎีการขาย (Sales Theory)

สุนันทา ปันสุวรรณ (2554) ได้ให้ความหมายของกระบวนการขาย (the selling process) ว่า หมายถึง ขั้นตอนเทคนิคของการปฏิบัติการขายสินค้าหรือการให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้เข้ารับบริการ (step of selling process) ที่สมบูรณ์ต้องเริ่มต้นตั้งแต่การแสวงหารายชื่อผู้ที่คาดว่าจะซื้อหรือผู้ที่มุ่งหวังหรือผู้ที่คิดว่าจะเป็นลูกค้าในอนาคต จากนั้นจึงดำเนินการขายตามขั้นตอนเพื่อกระตุ้นและเร้าให้ลูกค้าเกิดความสนใจและอยากได้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้นๆ และตัดสินใจซื้อในที่สุด จึงถือว่ากระบวนการขายเป็นกระบวนการที่จะไปกระตุ้นหรือเปลี่ยนแปลงผู้มุ่งหวังให้เป็นผู้ซื้อ

Doyle (2002) ได้จัดประเภทของการขายได้ 5 ประเภท โดยการใช้กิจกรรมการขายเป็นเกณฑ์ ดังนี้ ประเภทที่หนึ่ง order taker เช่น shop assistants จะรับผิดชอบคำสั่งซื้อของลูกค้า การบริการลูกค้า เช่น การให้บริการลูกค้าด้านการเก็บรักษาสินค้าคงคลังเป็นต้นประเภทที่สอง missionaries เช่น การให้ข้อมูลกับลูกค้าและให้คำแนะนำลูกค้า ประเภทที่สาม new business salespeople เช่น แสวงหาลูกค้าใหม่ โดยการกำหนดลูกค้าคาดหวังการเสนอแบบประมูลและการประเมินเครดิตลูกค้า เป็นต้น และประเภทที่สี่เรียกว่า organization sellers เช่น สร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งเป็นการขายที่ซับซ้อน

ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นได้ว่า การขายคือกระบวนการในการชักจูง จูงใจ หรือกระตุ้นให้บุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อเกิดความต้องการหรือยอมรับในสินค้า บริการ หรือความคิดของตน โดยจะดำเนินการโดยบุคคลหรือไม่ก็ตาม แล้วส่งผลให้เกิดการซื้อขายสินค้าหรือบริการ หรือยอมรับในความคิดนั้น ๆ ผู้ขายก็จะได้รับผลประโยชน์ทางการค้า

วิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยต้องการค้นหาความจริงจากเหตุการณ์ และสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ตามความเป็นจริง โดยพยายามวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเหตุการณ์กับสภาพแวดล้อม เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ (insight) ซึ่งตรงกับความหมายของการวิจัยเชิงธรรมชาติ (naturalistic research) ซึ่งปล่อยให้สภาพทุกอย่างอยู่ในธรรมชาติ ไม่มีการจัดกระทำ (manipulate) สิ่งที่เกี่ยวข้องใดๆเลย ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์การสนทนา (conversation analysis) เป็นกระบวนการหลัก

การวิเคราะห์การสนทนา (Conversation Analysis) พัฒนาขึ้นโดย ฮาร์วี แซค (Harvey Sacks) โดยความร่วมมือ ร่วมกับ เอมานูเอล สเกลลอฟ (Emanuel Schegloff) และ เจล เจฟเฟอร์ (Gail Jefferson.) โดยแนวคิดดังกล่าวถูกพัฒนามาจากแนวคิดของ Goffman and โดยทั้งฮาร์วี แซค (Harvey Sacks) และ เอมานูเอล สเกลลอฟ (Emanuel Schegloff) ทั้งสองเป็นศิษย์ ของ Goffman ที่มหาวิทยาลัย UCLA ในช่วงเวลาเดียวกัน อีกทั้งพวกเขายังได้มีปฏิสัมพันธ์กับ Garfinkel ในช่วงเวลานั้น (Schegloff, 1992 cited in Heritage) ซึ่งการวิเคราะห์การสนทนา (Conversation Analysis, CA) คือ กระบวนการการสืบหาโครงสร้างและกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ระหว่างมนุษย์ โดยให้ความสำคัญอันดับแรก คือการสนทนาโดยใช้วิธีการบันทึกภาพวิดีโอหรือการบันทึกเสียงการสนทนาที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ที่เป็นธรรมชาติ (Peräkylä, 2011) แนวคิดการวิเคราะห์การสนทนา เป็นแนวคิดสำคัญที่ใช้ศึกษาวิเคราะห์ โครงสร้างการสนทนา เนื่องจากการสนทนาเป็นกิจกรรมสำคัญในสังคมมนุษย์ที่สะท้อนให้เห็นความคิด ค่านิยม ความเชื่อ การกระทำ อารมณ์ความรู้สึก ชีวิตจิตใจของผู้พูด การส่งต่อความรู้และภูมิปัญญาต่างๆ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนาและความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ภาษากับวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษา (สุจริตลักษณ์ ศรีผดุง, 2557) Peräkylä (2011) ได้อธิบายว่าผู้ที่ศึกษา CA ได้เสนอสามองค์ประกอบหลัก ร่วมกันคือ (1) พวกเขาจะมุ่งไปที่การกระทำ (2) โครงสร้าง (3) พวกเขาสืบสวนการบรรลุ ของความเข้าใจ ของประธานร่วม ดังนั้น แซค สเกลลอฟและ เจฟเฟอร์สัน (Sack, Schegloff, and Jefferson, 1974: 696-735) จึงนำเสนอว่า การวิเคราะห์การสนทนาจึงมุ่งที่จะอธิบายโครงสร้างของการสนทนา (conversational structure) ซึ่งมีสมมุติฐานที่สำคัญที่ว่าแม้ว่าผู้คนทั่วไปจะมี

การพูดคุยกันโดยมักไม่มีการเตรียมการล่วงหน้าและการสนทนาดูเหมือนว่าจะดำเนินไปอย่างไม่เป็นระบบแต่จากการศึกษาข้อมูลการพูดคุยจำนวนมากกลับได้ผลลัพธ์ว่าการสนทนาเป็นการเป็นกิจกรรมที่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าในระดับหนึ่งว่าคู่สนทนาจะใช้ถ้อยคำแบบใดและมีลำดับอย่างไรบ้าง ในขณะที่ ฮาร์วี แชคสเกล็อฟ และเจค เจฟเฟอสัน (2006) เรียกการสนทนาแบบนี้ว่า การแลกเปลี่ยนคำพูดที่เป็นระบบ (speech exchange systems)

ต่อประเด็นดังกล่าว นักวิเคราะห์บทสนทนาด้านหลัง อย่าง ฮาชิ และ วอฟฟิท (Hatchy and Woffit, 11) หรืออย่างนักวิชาการในประเทศไทยอย่างไพโรจน์ วิไลนุช (2552:29) ได้ให้แง่มุมที่น่าสนใจ ต่อวิธีวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการใช้แนวคิดการวิเคราะห์การสนทนา (CA)ว่าน่าจะใช้ talk-interaction แทนคำว่า conversation เพราะคำดังกล่าว มีความสอดคล้องและล้ากันไปกับวิธีวิทยา โดยวิธีวิทยาดังกล่าวให้ความสำคัญมนุษย์ในฐานะที่เป็นองค์ประธาน (subject) และโดยการเลือกเทคนิควิธีการมาใช้ในการจัดการสถานการณ์ต่างๆ ทำให้การสื่อสารดำเนินไป ในขณะที่ฮาวิ แชค (Sacks,2006) ใช้คำว่าการโต้ตอบ (turn-taking) ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้สำหรับ ภาษาที่ใช้ในการเมือง สำหรับการเจรจาระหว่างคู่ค้า การสัมภาษณ์ การประชุม การโต้เถียงอย่างมีเหตุผล การสนทนา เป็นต้น โดยทั้งหมดทั้งมวลที่กล่าวมา สามารถ เรียกได้ว่า “ระบบของการแลกเปลี่ยนถ้อยคำ”(speech exchange systems)

การใช้การวิเคราะห์การสนทนา โดยให้ความสำคัญกับการประกอบสร้างขึ้นของบุคคล การตระหนักถึงธรรมชาติแห่งการประกอบสร้างตามมุมมองโลกของนักวิจัย ใช้ภาษาเป็นสื่อในการค้นหาการปฏิสัมพันธ์อันเชื่อมโยงการเข้าใจต่อสิ่งที่บุคคลได้กระทำ ผู้วิจัยมุ่งเน้นการสะท้อนถึงวิถีทางที่ “คำ” ได้ปรากฏในบทสนทนามีความเกี่ยวข้องบางอย่างเฉพาะเจาะจงในการใช้คำเหล่านี้ วิถีทางในการใช้คำเหล่านั้นนำเสนอ บอกเล่า และประกอบสร้างขึ้นของความเป็นจริงเรียกอีกอย่างว่าเป็นการศึกษา “talk and text in social practice”

การวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่การสืบค้นกระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ถูกสัมภาษณ์ขณะสัมภาษณ์งานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายว่าผู้ถูกสัมภาษณ์มีการสร้างความน่าเชื่อถืออย่างไรให้เกิดขึ้นขณะสัมภาษณ์เพื่อให้ฝ่ายผู้สัมภาษณ์ตัดสินใจรับเข้าทำงาน และงานวิจัยนี้ได้มุ่งเน้นไปที่โครงสร้างของบทสนทนาวิธีการสนทนา การตั้งคำถามขณะสัมภาษณ์ ตลอดจนการยุติบทสนทนา ระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ เพื่อค้นหาว่ารูปแบบของการสัมภาษณ์เป็นอย่างไรและมีรูปแบบลักษณะอย่างไร การสนทนามีรูปแบบขึ้นอย่างไรและดำเนินไปในลักษณะใด รวมถึงภาษาและเทคนิคของผู้ถูกสัมภาษณ์งานที่รับคัดเลือกเข้าทำงาน ภายใต้ความความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมระหว่างอำนาจของทั้งสองฝ่าย กล่าวคือฝ่ายผู้สัมภาษณ์ มีอำนาจเหนือกว่าและฝ่ายผู้ถูกสัมภาษณ์มีอำนาจด้อยกว่านั่นเอง ซึ่งในขณะที่สัมภาษณ์ข้อสังเกตเบื้องต้นซึ่งเป็นประเด็นต่อเนื่องมาจากคำถามดังกล่าวคือในขณะที่ความสัมพันธ์เชิงอำนาจไม่เท่าเทียมดังกล่าว ส่งผลถึงการประกอบสร้างตัวตนเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ที่ถูกสัมภาษณ์หรือไม่เพราะโดยเนื้อแท้แล้วผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ดังกล่าวต้องพยายามทุกวิถีทางที่จะให้ได้รับคัดเลือกหรือพูดแบบไม่อ้อมค้อมคือการทำให้งาน เพราะฉะนั้นทักษะของผู้สัมภาษณ์จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นในการสัมภาษณ์งานเพื่อปลดปล่อยศักยภาพของผู้ถูกสัมภาษณ์นั้นออกไป ในการสัมภาษณ์งานนั้นผู้ถูกสัมภาษณ์ย่อมเตรียมชุดคำตอบสำหรับการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตนเองอันจะส่งผลต่อการพิจารณาคัดเลือกบุคคลนั้นเข้าทำงาน ซึ่งวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยค้นหาคำตอบในการประกอบสร้างที่น่าเชื่อถือให้

เกิดขึ้นขณะสัมภาษณ์ ว่าตัวผู้ถูกสัมภาษณ์นั้นมีการเตรียมตัวในการตอบคำถามอย่างไร มีกระบวนการสร้างความน่าเชื่อถืออย่างไรเพื่อให้ผู้สัมภาษณ์เชื่อถือและยอมรับ และการวิเคราะห์การสนทนา (CA) นั้นจะช่วยให้เห็นรูปแบบ (pattern) โครงสร้างการสนทนาว่ารูปแบบหรือโครงสร้างการสนทนาแบบใดที่ทำให้ผู้ได้รับการคัดเลือกสร้างขึ้นจนสามารถทำให้ได้ทำงาน เช่น การสร้างบทสนทนาที่น่าประทับใจ การเปลี่ยนการสนทนา การตอบโต้หรือปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการสนทนา เป็นต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวทางในการเตรียมตัวของผู้ถูกสัมภาษณ์ว่ามีการเตรียมตัวในส่วนใดบ้าง เช่น การเตรียมคำตอบเพื่อตอบคำถามผู้สัมภาษณ์ การฝึกการพูด การนำเสนอ บุคลิกภาพ การเตรียมประวัติเพื่อการสัมภาษณ์งาน เป็นต้น โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ถูกสัมภาษณ์ในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายโดยมีคำถามถึงโครงสร้าง (semistructured interview) หรือเป็นแบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured interview) ที่ผู้วิจัยสามารถตั้งคำถามเจาะหาข้อมูลอย่างไม่จำกัด

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาโครงสร้างบทสนทนา วิธีการเปิดบทสนทนา ลำดับของบทสนทนา การตั้งคำถามตลอดจนการยุติบทสนทนายระหว่างผู้สัมภาษณ์งานและผู้ถูกสัมภาษณ์ ภายใต้เงื่อนไขของความความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมระหว่างอำนาจของทั้งสองฝ่าย โดยการบันทึกวิถีทัศน์ขณะมีการสัมภาษณ์งานจริงในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย ใช้วิธีการวิเคราะห์การสนทนา (conversation analysis) เพื่อค้นหาโครงสร้างการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาถึงกระบวนการในการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการบันทึกวิถีทัศน์ อาศัยวิธีการวิเคราะห์การสนทนา การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย และสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจรับผู้จัดการฝ่ายขายเข้ามาทำงานจากบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล คอสเมติกส์ จำกัด

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยด้วยวัตถุประสงค์ตามคำถามการวิจัยหรือตอบคำถามการวิจัยตามที่กำหนดไว้ในบทที่ 1 ตามลำดับ การตอบคำถามงานวิจัยนี้ผู้วิจัยตอบด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ (empirical data) ซึ่งมาจากข้อมูลก่อนหน้า และเป็นข้อมูลที่ได้จากภาคสนาม 2 ส่วนคือข้อมูลจากการสนทนาและข้อมูลชาติพันธุ์วรรณา

งานวิจัยนี้ทำให้เห็นว่าผู้ถูกสัมภาษณ์งานมีแนวทางการเตรียมตัวก่อนเข้ารับการสัมภาษณ์งานจริง รวมถึงขณะสัมภาษณ์งานผู้ถูกสัมภาษณ์งานมีการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการสื่อสารขณะสัมภาษณ์ มีการใช้เทคนิคต่างๆผ่านการสนทนา รวมถึงการแสดงท่าทางต่างๆประกอบการตอบคำถามผู้สัมภาษณ์งาน

โครงสร้างบทสนทนา

โครงสร้างของการพูดคุยในบริบทการสัมภาษณ์งานถือเป็นการกระทำทางสังคม (structure of social action) กล่าวคือการสัมภาษณ์งานเป็นการจัดกระทำโดยมนุษย์และออกมาเป็นโครงสร้าง ผู้ที่กำหนดโครงสร้างในการสนทนาคือผู้สัมภาษณ์งาน ผู้สัมภาษณ์งานเป็นผู้กำหนดรูปแบบ (pattern) ในการสนทนา จากบทที่ 4 ในตารางสรุปโครงสร้างบทสนทนาผู้ถูกสัมภาษณ์ 10 ราย โครงสร้างการสนทนาประกอบด้วย 4 ช่วง

ด้วยกัน ช่วงแรกคือช่วงเปิดการสนทนา โดยการทักทาย การเชิญนั่ง ช่วงที่สองคือช่วงประสบการณ์ โดยผู้สัมภาษณ์มีการถามถึงประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมา ช่วงที่สามคือช่วงทดสอบและประเมิน ช่วงนี้ผู้สัมภาษณ์จะมีลักษณะคำถามที่แตกต่างจากช่วงประสบการณ์ คำถามส่วนใหญ่เป็นการถามเพื่อทดสอบผู้ถูกสัมภาษณ์ ช่วงที่สี่คือช่วงปิดการสนทนา โดยผู้สัมภาษณ์เปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ถามคำถามที่อยากรู้ถาม ในแต่ละขั้นตอนที่กล่าวมาถูกกำหนดโดยผู้สัมภาษณ์งาน

การวิเคราะห์ได้ถูกแบ่งเป็นช่วงตามผู้สัมภาษณ์เนื่องจากผู้สัมภาษณ์เป็นผู้กำหนดประเด็นการสัมภาษณ์งาน รวมถึงผู้สัมภาษณ์เป็นผู้กำหนดการเข้าสู่แต่ละช่วงของการสัมภาษณ์งานครั้งนี้ ผู้สัมภาษณ์มีการใช้คำหรือประโยคซ้ำๆ เพื่อแบ่งช่วงการสัมภาษณ์งาน



ภาพที่ 1 โครงสร้างการสนทนา

ที่มา: จากการสังเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้และการสรุปความของผู้วิจัย

1. ช่วงเปิดการสนทนา

ช่วงเปิดการสนทนาเป็นการเริ่มต้นการสื่อสารระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์งานในการสัมภาษณ์งานครั้งนี้โครงสร้างการสนทนาได้ถูกกำหนดโดยผู้สัมภาษณ์งานเป็นหลัก เริ่มตั้งแต่ผู้ถูกสัมภาษณ์ก้าวเข้ามาในห้องผู้สัมภาษณ์งาน ลักษณะท่าทางที่แสดงตั้งแต่เข้ามาในห้องสัมภาษณ์ จนกระทั่งมีการทักทายกัน เชิญนั่ง เมื่อนั่งแล้วมีการแสดงท่าทางสรวลขำ ผู้ถูกสัมภาษณ์บางท่านปฏิบัติตนไม่ถูกบ้าง มีการแสดงออกทางภาษากายในลักษณะต่างๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้สัมภาษณ์งาน ช่วงเปิดการสนทนานี้เป็นช่วงที่ใช้เวลาน้อยที่สุด เวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 31 วินาที เมื่อมีการทักทาย เชิญนั่ง และมีการนั่งเรียบร้อยแล้ว ผู้สัมภาษณ์จะเป็นผู้ถามคำถามถัดไป ซึ่งเป็นการถามในเรื่องประสบการณ์และเริ่มเข้าสู่ช่วงที่ 2 ของโครงสร้างบทสนทนาในการสัมภาษณ์งานทันที สรุปการเปิดบทสนทนาออกมาได้ดังนี้

ประการแรกคือบทสนทนาเริ่มต้นด้วยการทักทาย แม้ว่าการทักทายดูเหมือนเป็นการทักทายปกติ แต่แท้จริงแล้วเป็นการทักทายกันเพื่อให้การปฏิสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีเป้าหมายเพื่อทำให้ระเบียบทางสังคมเกิดขึ้น (social order) ระเบียบดังกล่าวเพื่อเป็นการกำหนดแนวทางและประเด็นเรื่องที่จะพูดคุยต่อไป ฝ่ายใดเป็นผู้เริ่มการทักทายก่อนก็ได้ทั้งผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะหยุดยืนที่หน้าประตูและยกมือไหว้ก่อนเข้ามาในห้องผู้สัมภาษณ์ ถ้าผู้สัมภาษณ์เป็นผู้เริ่มบทสนทนามาก่อนด้วยการกล่าวว่า “สวัสดีครับ”

ผู้ถูกสัมภาษณ์สวัสดิ์กลับด้วยคำพูดและยกมือไหว้ เป็นการแสดงความเคารพและให้เกียรติผู้สัมภาษณ์ ในบางท่านมีการใช้คำว่า “ขออนุญาตนะค่ะ/ครับ” ก่อนเข้ามาในห้องสัมภาษณ์ การขออนุญาตแสดงให้เห็นถึงการวางบทบาทของตนเองให้ด้อยกว่าผู้สัมภาษณ์งาน ประเด็นที่น่าสนใจคือกรณีผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้คะแนนน้อยที่สุดสองคนสุดท้าย ผู้สัมภาษณ์เปิดการสนทนาก่อนด้วยคำว่า “สวัสดิ์ครับ” แต่ตัวผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่มีการกล่าวทักทายกลับ การพูดคุยจำเป็นต้องมีคู่สนทนา บทสนทนานั้นๆจึงสมบูรณ์ แต่ในกรณีนี้เมื่อไม่มีการตอบกลับจากผู้ถูกสัมภาษณ์ผู้ที่ได้คะแนนน้อยที่สุดสองคนสุดท้าย ผู้สัมภาษณ์ข้ามไปถามเกี่ยวกับประสบการณ์อย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่มีการตอบกลับ จากกรณีนี้แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีการทักทายคู่สนทนา และคู่สนทนาไม่มีการตอบกลับ ฝ่ายที่ทักทายก่อนได้ข้ามหัวข้อในการพูดคุยไปประเด็นอื่น

ประการที่สองคือหลังการทักทายผู้ถูกสัมภาษณ์รอให้ผู้สัมภาษณ์เป็นฝ่ายเปิดประเด็นในการเข้าสู่ช่วงต่อไป การสนทนาของมนุษย์ในชีวิตประจำวันในบางเรื่องนั้น มนุษย์มิได้เริ่มหรือพูดคุยกันอย่างตรงไปตรงมาหรือคิดจะเริ่มเมื่อใดก็ได้เริ่ม (Benson and Hughes, 1983) มนุษย์ต้องคำนึงถึงว่าคนที่คุยด้วยคือใคร คุยเรื่องอะไร และควรเริ่มคุยอย่างไร ดังนั้นการเปิดประเด็นจึงเป็นเรื่องสำคัญโดยเฉพาะเมื่อต้องพูดคุยกับคนอื่น ทั้งคนพูดและคนที่ฟังต้องร่วมมือกันแสดงความเข้าใจร่วมกันจึงจะทำให้การสนทนาเกิดขึ้นได้ การเปิดประเด็นที่ต้องการจึงเกิดขึ้น ซึ่งในการสนทนาโดยทั่วไปคู่สนทนาทั้งสองคนสามารถเป็นผู้เปิดประเด็นการพูดคุยได้ทั้งคู่ การทักทายมิใช่การเข้าประเด็นในการสัมภาษณ์งาน ประเด็นในการสัมภาษณ์งานครั้งนี้เริ่มที่ช่วงการนำเสนอประสบการณ์ จากกรณีศึกษาทั้งหมด 10 ราย ปรากฏว่าทั้ง 10 ราย ผู้ที่เริ่ม (initiates) เปิดประเด็นในช่วงนำเสนอประสบการณ์คือผู้สัมภาษณ์งาน เนื่องจากผู้ถูกสัมภาษณ์รอให้ผู้สัมภาษณ์เป็นฝ่ายเปิดประเด็นเข้าสู่ช่วงนำเสนอประสบการณ์ และการรอให้ผู้สัมภาษณ์เป็นฝ่ายเปิดประเด็นคือระเบียบทางสังคมที่เกิดขึ้นภายใต้บริบทการสัมภาษณ์งาน

2. ช่วงนำเสนอประสบการณ์

ช่วงประสบการณ์เป็นการสนทนาที่ต่อเนื่องจากช่วงเปิดบทสนทนา การสนทนาในช่วงประสบการณ์เป็นการสนทนาในเรื่องประวัติส่วนตัว ประวัติการทำงานแต่ละที่ สาเหตุที่ลาออกจากงาน ประวัติการศึกษา เรื่องครอบครัว เป็นต้น จากการออดิโอผู้ถูกสัมภาษณ์ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ต แอสเมติกส์ จำกัด จำนวน 10 คน ปรากฏว่าผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ใช้เวลาโดยเฉลี่ยในช่วงประสบการณ์ประมาณ 11 นาที 16 วินาทีในการพูดคุย สามารถสรุปการเปิดบทสนทนาออกมาได้ดังนี้

ประการแรกคือหัวข้อการพูดคุยในช่วงนำเสนอประสบการณ์ ในช่วงนี้ผู้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในเรื่องประสบการณ์ทำงานจากอดีตถึงปัจจุบันของผู้ถูกสัมภาษณ์งาน ผู้สัมภาษณ์สอบถามผู้ถูกสัมภาษณ์ในประเด็นของหน้าที่ความรับผิดชอบ ประเภทธุรกิจที่เชี่ยวชาญ เขตพื้นที่ๆดูแลรับผิดชอบถึงถึงยอดขายที่เคยทำได้ นอกจากนี้ผู้สัมภาษณ์ได้ให้ความสำคัญในการถามประเด็นเรื่องการศึกษา เรื่องเกรดเฉลี่ย เรื่องครอบครัว เป็นต้น

ประการที่สองคือผู้สัมภาษณ์เป็นผู้กำหนดประเด็นในการถาม ภายใต้บริบทการสัมภาษณ์งานเป็นการวิเคราะห์การสนทนาที่คู่สนทนามีอำนาจไม่เท่าเทียม กล่าวคือผู้สัมภาษณ์มีอำนาจมากกว่าผู้ถูกสัมภาษณ์ การแลกเปลี่ยนคำพูดระหว่างคู่สนทนาที่เกิดขึ้นระหว่างการสัมภาษณ์งานนั้นจะขึ้นอยู่กับบริบทแวดล้อม และอยู่กับการกำหนดบทบาทของตนเองระหว่างสนทนา ในงานวิจัยนี้ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้กำหนดประเด็นในการถามเนื่องจาก

บทบาทที่ถูกกำหนดโดยโครงสร้างทางสังคม (social action) ผู้สัมภาษณ์เป็นฝ่ายตั้งคำถามผู้ถูกสัมภาษณ์งาน ผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นฝ่ายตอบคำถามตลอดช่วงนำเสนอประสบการณ์

ประการที่สามคือผู้ถูกสัมภาษณ์งานให้ความสำคัญในการใช้ภาษากายประกอบการอธิบายขณะตอบคำถามผู้สัมภาษณ์ ดังตัวอย่างบทพูดที่ยกมา ขณะที่ผู้ถูกสัมภาษณ์พูดคำว่า “อ่า” ได้ยกมือทั้งสองข้างขึ้นเพื่อทำลักษณะเหมือนอ่าประกอบการตอบคำถาม การแสดงท่าทางประกอบการอธิบายช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารขณะสัมภาษณ์งานระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้สัมภาษณ์งานส่งผลต่อการสัมภาษณ์งาน และป้องกันการสื่อสารที่ผิดพลาด (miscommunication) ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ รวมถึงการใช้ภาษากายที่เหมาะสมช่วยเพิ่มความมั่นใจ (confident) ขณะตอบคำถามผู้สัมภาษณ์ได้

3. ช่วงทดสอบและประเมิน

ช่วงทดสอบและประเมินเป็นการสนทนาที่ต่อเนื่องจากช่วงนำเสนอประสบการณ์ การสนทนาในช่วงทดสอบและประเมินเป็นการสนทนาในเรื่อง ความรู้ในการบริหารจัดการทีม ความรู้ในผลิตภัณฑ์และธุรกิจเครื่องสำอาง มุมมองเกี่ยวกับธุรกิจความงาม ความถนัดและความชอบส่วนตัว การวางแผนชีวิต เป็นต้น จากการอัดวิดีโอผู้ถูกสัมภาษณ์ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ต เซ็นแนล คอสเมติกส์ จำกัด จำนวน 10 คน ปรากฏว่าผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ใช้เวลาโดยเฉลี่ยในช่วงประสบการณ์ประมาณ 12 นาที 36 วินาทีในการพูดคุย สามารถสรุปช่วงทดสอบและประเมินออกมาได้ดังนี้

ประการแรกคือผู้สัมภาษณ์มีวัตถุประสงค์ในการตั้งคำถามแตกต่างจากช่วงนำเสนอประสบการณ์ ภายใต้บริบทการสัมภาษณ์งานผู้สัมภาษณ์มีอำนาจเหนือกว่าการพูดคุยดูเหมือนจะเป็นไปอย่างธรรมชาติ แต่แท้จริงแล้ว การสนทนาไม่ได้เป็นไปแบบไร้ทิศทางหรือผู้พูดนี้จะพูดอะไรก็พูด ถ้าดูเผินๆอาจเข้าใจว่าเป็นช่วงนำเสนอประสบการณ์ ความแตกต่างระหว่างช่วงนำเสนอประสบการณ์และช่วงทดสอบและประเมินนั้นคือวัตถุประสงค์ในการตั้งคำถาม กล่าวคือวัตถุประสงค์การตั้งคำถามในช่วงนำเสนอประสบการณ์เพื่อค้นหาความที่เกิดขึ้นในอดีตเกี่ยวกับการทำงานของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน วัตถุประสงค์ในการตั้งคำถามช่วงทดสอบและประเมินเพื่อทดสอบและประเมินในเรื่องทัศนคติ อารมณ์ ความสามารถในการบริหารจัดการ ทดสอบความสามารถต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นแนวคำถามจึงมีความแตกต่างกัน

ประการที่สองคือความเครียด ความวิตกกังวลและความกดดันในการตอบคำถาม ในช่วงทดสอบและประเมินผู้สัมภาษณ์ได้ให้ความสำคัญในการทดสอบผู้ถูกสัมภาษณ์ จากลักษณะคำถามที่แตกต่างจากช่วงนำเสนอประสบการณ์ ก่อให้เกิดความเครียด ความวิตกกังวลและความกดดันแก่ผู้ถูกสัมภาษณ์ สังเกตเห็นได้จากภาษากายที่สื่อออกมาขณะตอบคำถาม เช่นการหันหน้าไปใดทางหนึ่งเป็นเวลานาน การเงิบ การกำมือแน่น การแคะเล็บ การกัดริมฝีปาก การใช้นิ้วเคาะโต๊ะ เป็นต้น ภาษากาย หรือ Body language เป็นสิ่งที่สื่อสารออกมาโดยที่ไม่รู้ตัว การสื่อสารภาษากายที่ถูกวิธีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จได้ แต่ในทางตรงข้ามหากสื่อออกมาผิดวิธี ภาษากายสามารถบั่นทอนความมั่นใจ และลดประสิทธิภาพในการสื่อสารนั้นลงได้ เช่นเดียวกันกับการสัมภาษณ์งานผู้ถูกสัมภาษณ์งานบางรายแสดงภาษากายขณะตอบคำถามได้เพื่อแสดงถึงการใช้ความคิดได้เหมาะสม แต่ในบางรายมีการเงิบนานเกินไปจนทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการตอบคำถาม

4. ช่วงปิดการสนทนา

ช่วงปิดการสนทนาเป็นการสนทนาที่ต่อเนื่องจากช่วงทดสอบและประเมิน การสนทนาในช่วงปิดการสนทนาเป็นการผลิตเปลี่ยนผู้ถาม-ตอบ จาก 3 ช่วงก่อนหน้านี้ได้แก่ ช่วงเปิดการสนทนา ช่วงนำเสนอประสบการณ์ ช่วงทดสอบและประเมิน ผู้สัมภาษณ์เป็นถาม และผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นฝ่ายตอบ แต่ช่วงปิดการสนทนาผู้สัมภาษณ์มีการเปิดประเด็นโดยการถามผู้ถูกสัมภาษณ์ว่า “มีอะไรถามผมไหม” หรือเป็นคำถามในลักษณะเดียวกันว่าผู้ถูกสัมภาษณ์มีข้อสงสัยประการใดหรือไม่ เพื่อเป็นการเปิดประเด็นให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ถามคำถามกลับ หัวข้อที่พูดคุยในช่วงปิดการสนทนาเป็นเรื่อง ขอบเขตความรับผิดชอบที่ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายควรทราบ ทราบผลการสัมภาษณ์เมื่อใด สวัสดิการของบริษัทอย่างละเอียด พื้นที่ในการดูแลลูกค้ารวมถึงยอดเป้าหมายที่ต้องดูแล เป็นต้น จากการอัดวิดีโอผู้ถูกสัมภาษณ์ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ตชั้นแนล คอสเมติกส์ จำกัด จำนวน 10 คน ปรากฏว่าผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ใช้เวลาโดยเฉลี่ยในช่วงปิดการสนทนาประมาณ 9 นาที 26 วินาทีในการพูดคุย สามารถสรุปช่วงทดสอบและประเมินออกมาได้ดังนี้

ประการแรกคือผู้สัมภาษณ์งานมีเทคนิคช่วยให้การสื่อสารสำเร็จลง บางเทคนิคก็ใช้ครั้งเดียวแต่บางเทคนิคและวิธีการพูดคุยก็อาจใช้หลายครั้ง บางเทคนิคใช้ได้อย่างดีแต่บาง เทคนิคอาจต้องใช้ร่วมกับวิธีการอื่น เพื่อให้การพูดคุยเป็นไปตามที่ผู้สัมภาษณ์งานต้องการ ตัวอย่างคำพูดที่ผู้สัมภาษณ์ใช้เพื่อนำบทสนทนาเข้าสู่ช่วงปิดการสนทนา เช่น “มีอะไรถามผมไหม” เป็นต้น และอีกเทคนิคที่ผู้สัมภาษณ์งานใช้คือการให้ความหวังผู้ถูกสัมภาษณ์งาน เช่น “ลูกค้าผมส่วนใหญ่น่าจะชอบคุณเยอะนะ” เป็นต้น

ประการที่สองคือการใช้สิทธิ์ในการพูด (turn) ของผู้สัมภาษณ์งานมีลักษณะยาวและนานกว่า 3 ช่วงก่อนหน้านี้ เมื่อผู้สัมภาษณ์งานต้องการนำบทสนทนาเข้าสู่ช่วงปิดการสนทนา เกือบทุกกรณีศึกษาผู้สัมภาษณ์งานเปิดโอกาสให้ผู้สัมภาษณ์งานถามคำถามที่สงสัย ผู้สัมภาษณ์เป็นฝ่ายตอบคำถามทำให้การใช้สิทธิ์ในการพูดของผู้สัมภาษณ์งานยาวและนานกว่าช่วงเปิดการสนทนา ช่วงนำเสนอประสบการณ์และช่วงทดสอบและประเมิน รวมถึงการที่ผู้สัมภาษณ์พูดเพื่อให้ความหวังแก่ผู้ถูกสัมภาษณ์งาน ซึ่งเป็นเทคนิคเฉพาะของผู้สัมภาษณ์งานในการวิจัยครั้งนี้

สรุปการวิเคราะห์เทคนิคและแนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงาน ผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานมี 2 คน ได้แก่ ผู้ถูกสัมภาษณ์ A1 ซึ่งเป็นเพศหญิง และผู้ถูกสัมภาษณ์ A2 ซึ่งเป็นเพศชาย ทั้ง 2 คน ได้คะแนนการประเมินเท่ากัน คือ 82 และได้รับคัดเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ตชั้นแนล คอสเมติกส์ จำกัด วิธีปฏิบัติและเทคนิค (practice & techniques) ที่กลุ่ม A ใช้มีดังนี้

1. การใช้ชุดของเหตุผล 3 ประการ (list-construction)

การให้ชุดของเหตุผลคือการทำให้ประโยคนั้นๆ สมบูรณ์ การสนทนาโดยทั่วๆ คนเรามักมีการการยกตัวอย่างถึงสิ่งต่างๆ 3 อย่างหรือแม้แต่โครงสร้างของประโยคย่อมต้องมี 3 ส่วน เพื่อให้ประโยคสมบูรณ์ (Jefferson, 1990) ซึ่งการใช้ list-construction เป็นเรื่องที่อยู่ในชีวิตประจำวันเราทุกวันแต่กลับถูกมองข้าม ซึ่งการใช้ list-construction นั้นไม่จำเป็นต้องใช้ผู้พูดคนเดิมเท่านั้น อาจเป็นคู่สนทนาช่วยเติมเต็มประโยคนั้นๆ ให้สมบูรณ์ได้ การยกตัวอย่างเช่นกันไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็น 3 อย่างเท่านั้น อาจน้อยกว่าหรือมากกว่าได้ list-construction เป็นเพียงระบบที่ทำให้การสนทนานั้นๆ สมบูรณ์มากขึ้นเท่านั้นและเป็นการประสานกันของระบบ

ทางสังคม (social coordination system) เพื่อการปฏิสัมพันธ์ผ่านการสนทนา (Sack, Schegloff, & Jefferson, 1974) ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างของการใช้ชุดของเหตุผล (list-construction) ของกลุ่มตัวอย่าง

#5.14 [DCASH-Sales Manager-A1-2016-00:04:00] [วิดีโอ]

- 1 ผู้สัมภาษณ์ แล้วคุณหมายถึงอะไรนะเด็ก ((วางปากกา))
- 2 ผู้ถูกสัมภาษณ์ ก็ส่วนหนึ่งเราใช้วิธีก็คือว่า ((ขยับมือสองข้างที่วางบนโต๊ะโดยไม่ยกแขน))
- 3 เนื่องจากว่า A1 อยู่ในส่วนของเรื่องการขายจากอีพามาด้วย
- 4 ผู้สัมภาษณ์ อืม ((พยักหน้า))
- 5 ผู้ถูกสัมภาษณ์ ก็จะมีในส่วนของทีมงานเก่าๆ (.) เพราะตอนนี้ modern trade ที่ดูอยู่ก็จะ
- 6 → เป็น modern trade เก่าๆที่ดูอยู่ (.) จะเป็นบุญถาวร โฮมโพร ไทยวัสดุ (.)
- 7 ผู้สัมภาษณ์ อาฮะ ((พยักหน้า))

จากบทพูดที่ยกมาเป็นบทสนทนายาระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์งานที่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงาน เทคนิคที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ท่านนี้ใช้คือชุดของเหตุผล 3 ประการ ในบรรทัดที่ 6 ชุดของเหตุผลส่วนแรกคือ “บุญถาวร” ชุดของเหตุผลส่วนที่ 2 คือ “โฮมโพร” และชุดของเหตุผลส่วนที่ 3 คือ “ไทยวัสดุ” การยกตัวอย่าง 3 อย่างนี้ถือเป็นการใช้ชุดของเหตุผล 3 ประการ (list-construction)

2. การทำให้ตนเองกลับมามีความน่าเชื่อถือเมื่อถูกถามด้วยคำถามทำลายความน่าเชื่อถือ (discredit)

ความน่าเชื่อถือ แปลว่า loss of trust ทำให้เสียชื่อเสียง หรือทำให้ขายหน้า หรือทำให้หมดความน่าเชื่อถือ (พนิตนาฎ ฐฤกษ์, 2004) ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยแปลความหมายในส่วนของคำถาม discredit ว่า เป็นคำถามทำลายความน่าเชื่อถือ เนื่องจากการถามคำถามทำลายความน่าเชื่อถือของผู้สัมภาษณ์งานไม่ได้เกิดขึ้นอย่างไรเหตุผล หากแต่เป็นการจงใจเพื่อทดสอบผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อดูปฏิกิริยาที่เกิดขึ้น การแก้ปัญหา รวมถึงปฏิกิริยาไหวพริบของผู้ถูกสัมภาษณ์ ผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานคือกลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้คะแนนเกิน 80 คะแนนในการสัมภาษณ์ ผู้ถูกสัมภาษณ์ใช้เทคนิคการทำให้ตนเองกลับมามีความน่าเชื่อถือเมื่อถูกถามด้วยคำถามทำลายความน่าเชื่อถือ คำถามของผู้สัมภาษณ์เพื่อทำลายความน่าเชื่อถือ เช่น “ทำไมตอนเรียนคุณได้เกรดเฉลี่ยน้อยจัง มัวแต่เที่ยวหรือ” “เรียนมาก็ไม่ตรงสายทำไมอยากทำงานนี้” “ที่ทำงานเดิมก็ดูเหมาะกับคุณดีนะ ทำไมอยากเปลี่ยนงาน” เป็นต้น ลักษณะคำถามเช่นนี้เป็นการทำลายความน่าเชื่อถือ เพื่อลดความมั่นใจในตัวเอง ผู้สัมภาษณ์ต้องการทดสอบผู้ถูกสัมภาษณ์ว่ามีวิธีการตอบคำถามอย่างไรเพื่อให้ตนเองเรียกความน่าเชื่อถือกลับมา การเผชิญคำถามทำลายความน่าเชื่อถือเป็นหนึ่งในเหตุการณ์ที่ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายต้องเผชิญและการเรียกความน่าเชื่อถือกลับมาเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่สำคัญในการเป็นผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้วิจัยสรุปการวิเคราะห์การทำให้ตนเองกลับมามีความน่าเชื่อถือเมื่อถูกถามด้วยคำถามทำลายความน่าเชื่อถือดังนี้

ประการแรกคือเมื่อถูกผู้สัมภาษณ์ถามคำถามที่ทำให้เสียหน้าเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงานหรือการศึกษาที่ไม่ตรงกับสายงานผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานมีการเชื่อมโยงคำตอบเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือโดยการบอกถึงความสำเร็จในสายงานที่ตนทำมาถึงจะไม่ตรงกับที่เรียนจบมาก็ตาม มีการยกตัวอย่างเรื่องยอดที่ประสบความสำเร็จหรืออาจมีการยกตัวอย่างในเรื่องการที่ได้รับการเลื่อนขั้น เพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองประสบความสำเร็จในสายงานนี้ ถึงต่อให้เรียนมาไม่ตรงตามสายงานที่ทำก็ตาม

ประการที่สองคือเมื่อผู้สัมภาษณ์ถูกผู้สัมภาษณ์ถามคำถามทำลายความน่าเชื่อถือในเรื่องของเกรดเฉลี่ยที่ไม่ดีในอดีต ผู้สัมภาษณ์มีการเชื่อมโยงคำตอบโดยการบอกให้ผู้สัมภาษณ์ทราบว่าตนเองนั้นเคยเรียนดีมาก่อน และพยายามชี้ให้ผู้สัมภาษณ์เห็นว่าตนนั้นมีการเกรดตามประสาวัยรุ่นทั่วไป และพยายามบอกผู้สัมภาษณ์ว่าตนนั้นไม่ได้ทิ้งเรื่องการเรียนรู้ แต่เพียงแค่ว่าจะไม่ขยันเหมือนเมื่อก่อน การตอบในลักษณะนี้เพื่อให้ตนดูดีขึ้น มา เพื่อให้ดูว่าการเกรด โดดเรียนเป็นเรื่องที่วัยรุ่นทั่วไปก็ทำ และ

ประการที่สามคือเมื่อผู้สัมภาษณ์ถามว่าทำไมถึงอยากเปลี่ยนงานในเชิงทำให้เสียความมั่นใจ เช่น

“*เอาทำไม (.) ทำไมถึงออกล่ะคับ ((เงยหน้าขึ้น)) ชี้แจงอยากเลี้ยงลูกหรอ*” ผู้สัมภาษณ์กลุ่มนี้มีการเชื่อมโยงคำตอบโดยการตอบอย่างกว้างๆ ก่อน เช่นเป็นเรื่องระบบการทำงาน เป็นเรื่องความมั่นคงของบริษัท ซึ่งต่อมาผู้สัมภาษณ์ค่อยอธิบายและมีการยกตัวอย่างให้ผู้สัมภาษณ์เห็นภาพชัดมากขึ้น เช่นเรื่องความมั่นคง แต่พออธิบายมากขึ้นเป็นเรื่องของการที่ตนเองนั้นเพิ่งรู้ว่าตนนั้นเป็นพนักงานรายวันอยู่ ซึ่งเมื่อมีการลา ก็จะได้โดนบริษัทหักเงิน เป็นต้น จากการดูวิดีโอที่บันทึกทำให้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าวิธีในการตอบคำถามนั้นมักไม่เป็นการตอบคำถามแบบตรงๆ มักมีการเกริ่นนำก่อนแล้วค่อยๆ เข้าประเด็นพร้อมยกตัวอย่างเหตุการณ์เพื่อความชัดเจน การตอบคำถามลักษณะนี้ทำให้ผู้สัมภาษณ์ดูเป็นคนมีมารยาท สุภาพอ่อนโยน มีสัมมาคารวะ ซึ่งมีคุณสมบัติที่สำคัญยิ่งในการทำงานตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย

สรุปแนวทางการเตรียมตัวของผู้สัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงาน

การวิเคราะห์แนวทางการเตรียมตัวของผู้สัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงาน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผู้วิจัยได้บันทึกเทปเสียงไว้ก่อนหน้านี้ ผู้สัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำมีวิธีการเตรียมตัวก่อนเข้ารับการสัมภาษณ์งานจริงอย่างไร ผู้วิจัยสรุปประเด็นแนวทางในการเตรียมตัวของผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานเป็นประเด็นดังนี้ ประเด็นแรกคือการมาก่อนเวลาสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานเชื่อว่าการมาก่อนเวลาสัมภาษณ์งานเป็นสิ่งที่ดี แสดงให้เห็นถึงความเตรียมพร้อมในการสัมภาษณ์งาน หากผู้สัมภาษณ์เรียกก่อนเวลาสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์สามารถเข้าไปสัมภาษณ์ก่อนเวลาสัมภาษณ์ได้ ประเด็นที่สองคือการเตรียมเอกสารสำคัญในการสัมภาษณ์งานให้พร้อมและนำไปด้วยในวันสัมภาษณ์งาน เช่นสำเนาทะเบียนบ้าน สำเนาบัตรประชาชน ใบปริญญา transcript ประวัติผู้สัมภาษณ์งาน แฟ้มผลงาน และเอกสารรับรองอื่นๆ ประเด็นที่สามคือเรื่องบุคลิกภาพ ผู้สัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานได้อธิบายว่า การมาสัมภาษณ์งานควรมีการเตรียมตัวในเรื่องเสื้อผ้า ทรงผม การแต่งหน้า รองเท้า และนาฬิกา การแต่งตัวและแต่งหน้าต้องเหมาะสม ไม่แต่งหน้าจัดจนเกินไป ประเด็นที่สี่คือการศึกษประวัติบริษัทที่จะไปสัมภาษณ์งาน ประเภทธุรกิจ รวมถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผู้สัมภาษณ์งานที่รับการคัดเลือกได้กล่าวว่าตนเองได้ไปดูสินค้าของจริงที่ทางบริษัทจำหน่าย และตนพยายามมองว่าตนสามารถใช้ประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมาพัฒนาฝ่ายขายบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ต ชั่นแนล คอสเมติกส์ จำกัดได้อย่างไรบ้าง ตัวอย่างเช่นประสบการณ์โดยตรงในการบริหารพนักงาน BA/PC เพื่อเตรียมแนวคำตอบเพื่อนำเสนอแก่ผู้สัมภาษณ์งาน ประเด็นที่ห้าคือการเตรียมแนวการตอบคำถาม คำถามที่ผู้สัมภาษณ์งานต้องถามคือ “*ทำไมถึงมองหางานใหม่*” รวมถึงเหตุผลในการเปลี่ยนงานแต่ละที่ ผู้สัมภาษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานมีการเตรียมแนวคำตอบถึงเหตุผลที่เปลี่ยนงานหรือมองหางานใหม่ไว้ล่วงหน้า ประเด็นที่หกคือการพูดความจริงเท่านั้น ถึงผู้สัมภาษณ์งานที่รับการคัดเลือกเข้าทำงานมีการเตรียมแนวการตอบคำถาม แต่แนวคำตอบเหล่านั้น

เป็นความจริงที่มีการเรียบเรียง รวมถึงมีการหาเหตุผลสนับสนุนความจริงเหล่านั้นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ตนเอง ผู้ถูกสัมภาษณ์เชื่อว่าการโกหกคือการทุจริต ผู้สัมภาษณ์สามารถสัมผัสได้ถ้าตนโกหก และอาจทำให้ตนไม่ได้รับการคัดเลือกถ้าตนโกหก ประเด็นที่เจ็ดคือการทบทวนความรู้ในเรื่องการขาย วิธีการคิดกำไร ขาดทุน ต้นทุนสินค้า ผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานเชื่อว่าความรู้ในเรื่องที่กล่าวมาเป็นสิ่งจำเป็นที่ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายจำเป็นต้องทราบ และผู้สัมภาษณ์อาจนำคำถามเหล่านี้เป็นคำถามในการสัมภาษณ์งานได้

สรุปและอภิปราย

งานวิจัยนี้พบว่าโครงสร้างการสนทนาภายใต้บริบทการสัมภาษณ์งานถูกแบ่งออกเป็น 4 ช่วงโดยผู้สัมภาษณ์งาน ได้แก่ ช่วงเปิดการสนทนา ช่วงเล่าประสบการณ์ ช่วงทดสอบและประเมิน และช่วงปิดการสนทนา รายละเอียดสำคัญในแต่ละช่วงดังต่อไปนี้

ช่วงเปิดการสนทนา ในงานวิจัยนี้พบว่า การเปิดประเด็นในช่วงนี้เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นได้จากทั้ง 2 ฝ่าย การเปิดประเด็นในช่วงนี้คือการกล่าวทักทาย จากนั้นเป็นการเชิญเข้าห้อง เชิญนั่ง และเมื่อผู้ถูกสัมภาษณ์เข้ามานั่งเรียบร้อยแล้ว มีการจัดทำทางให้เหมาะสม และเชิญให้ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้เปิดประเด็นในช่วงต่อไป ซึ่งการ “เชิญบอ” ถือเป็นการจัดระเบียบทางสังคม ภาษาอังกฤษคือ social order โดยผู้สัมภาษณ์งาน

ช่วงเล่าประสบการณ์ ผู้สัมภาษณ์ใช้การตั้งคำถามเป็นกลไกหลัก เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกเล่าเกี่ยวกับประวัติการทำงาน ประวัติการเรียน เรื่องครอบครัว เป็นต้น และนอกจากนั้นแล้วงานวิจัยนี้ยังพบว่า ตัวผู้ถูกสัมภาษณ์งานให้ความสำคัญในการใช้ท่าทางประกอบการอธิบายขณะตอบคำถามผู้สัมภาษณ์ เช่น เมื่อพูดถึงการใช้ eyeliner หรือดินสอเขียนตา ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ยกมือขึ้นทำท่าเขียนตาประกอบการอธิบาย การแสดงท่าทางประกอบการอธิบายช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร ช่วยเพิ่มความมั่นใจแก่ผู้ถูกสัมภาษณ์งาน และป้องกันการสื่อสารผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นขณะสัมภาษณ์งานได้

ช่วงทดสอบและประเมิน ผู้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในการทดสอบผู้ถูกสัมภาษณ์งาน เช่น ทดสอบทัศนคติ อารมณ์ ความสามารถในด้านต่างๆ เป็นต้น เพื่อนำไปสู่การประเมิน และการประเมินนำมาซึ่งผลการสัมภาษณ์งานครั้งนี้ นอกจากนี้แล้วยังพบว่า ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความเครียด ความวิตกกังวล มากกว่าช่วงอื่นๆ เนื่องจากผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงภาษากายออกมาขณะตอบคำถามเช่น การแคะเล็บ การใช้นิ้วมือเคาะโต๊ะ การกำมือแน่น การกัดริมฝีมือ เป็นต้น ซึ่งกิริยาเหล่านี้เป็นการสื่อสารออกมาโดยที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่รู้ตัว ซึ่งถือเป็นการสื่อสารที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดการบั่นทอนความมั่นใจ และลดประสิทธิภาพในการสื่อสารลง และในทางกลับกัน ถ้าเลือกใช้ภาษากายที่ถูกต้อง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและเพิ่มโอกาสในการได้รับคัดเลือกเข้าทำงานเช่นกัน

ช่วงปิดการสนทนาในงานวิจัยนี้พบว่า ผู้ที่ปิดการสนทนาเป็นผู้สัมภาษณ์งานโดยผู้สัมภาษณ์อาศัยเทคนิค 2 อย่างคือ อย่างแรกคือ การให้ความหวังผู้ถูกสัมภาษณ์ เช่นการกล่าวชื่นชมความสามารถผู้ถูกสัมภาษณ์ การกล่าวว่าผู้ถูกสัมภาษณ์งานสามารถทำงานนี้ได้ เป็นต้น อย่างที่สองคือ การกล่าวถามด้วยคำถามว่า “มีอะไรถามผมไหม” ซึ่งในงานวิจัยนี้พบว่าผู้ถูกสัมภาษณ์มักเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อแสดงถึงความสนใจในตำแหน่งงานที่สัมภาษณ์ และเมื่อมีการตอบข้อคำถามแล้วเสร็จ จึงจะยุติการสนทนา

งานวิจัยนี้พบว่าเทคนิคในการสื่อสารของผู้ที่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานใช้มี 2 เทคนิค เทคนิคแรกคือ การให้ชุดของเหตุผล 3 ประการ ภาษาอังกฤษเรียกว่า list-construction ซึ่งเป็นเทคนิคในการที่มนุษย์ใช้ในการให้เหตุผลต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเหตุผลที่มนุษย์ยกมาจะเป็นชุด ในชุดประกอบด้วยเหตุผล 3 อย่างหรือของ 3 สิ่ง หรือองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ เทคนิคที่สองคือการเชื่อมโยงคำตอบเมื่อถูกถามคำถามทำลายความน่าเชื่อถือ (discredit) การถามคำถามทำลายความน่าเชื่อถือของผู้สัมภาษณ์งานมิได้เกิดขึ้นอย่างไรเหตุผล แต่เป็นการจงใจเพื่อทดสอบผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อดูปฏิกิริยาที่เกิดขึ้น การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า รวมถึง ปฏิภาณไหวพริบของผู้ถูกสัมภาษณ์ ความสามารถในการควบคุมอารมณ์ เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประเด็นคือผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ไม่ได้รับคัดเลือกเข้าทำงานในกลุ่ม C กล่าวคือได้รับคะแนนประเมินจากผู้สัมภาษณ์ต่ำกว่า 70 คะแนน จาก 100 คะแนน มีจำนวน 3 คน ผู้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลไว้ว่ามี 2 คน ไม่ได้รับการคัดเลือกเนื่องจากความรู้ในงานขาย ประสบการณ์ทำงานด้านการขาย และทักษะด้านการสื่อสารไม่ผ่านเกณฑ์ แต่มีผู้ถูกสัมภาษณ์รายหนึ่งมีคุณสมบัติในเรื่องความรู้ ประสบการณ์เหมาะสม แต่ขาดทักษะในการสื่อสาร เนื่องจากผู้ถูกสัมภาษณ์รายนั้นตอบคำถามไม่ตรงประเด็น มีการถามกลับ และท้าทายผู้สัมภาษณ์ตลอดเวลา ผู้ถูกสัมภาษณ์วางบทบาทตนเองในการสัมภาษณ์ไม่เหมาะสม จำทำให้คะแนนประเมินในส่วนของการสื่อสารต่ำที่สุด และส่งผลให้คะแนนประเมินไม่ผ่านเกณฑ์ในที่สุด

ผู้วิจัยขออภิปรายผลโดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและตามประเด็นที่น่าสนใจหรือเป็นข้อสังเกตโดยนำมาเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีในบทที่ 2 งานวิจัยนี้อาศัยวิธีวิทยาการวิเคราะห์การสนทนาที่มีลักษณะพิเศษคือช่วยให้ผู้วิจัยมองเห็นการกระทำ ณ ตรงนั้น กล่าวคือวิธีวิทยานี้ช่วยให้เห็นว่าในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้ถูกสัมภาษณ์ปฏิบัติอย่างไรเพื่อให้ตนเองดูเป็นคนที่มีความน่าเชื่อถือ

ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยมุ่งศึกษาโครงสร้างของการสนทนาในการสัมภาษณ์งานและค้นพบว่าโครงสร้างนี้ประกอบด้วยช่วงเปิดการสนทนา ช่วงเล่าประสบการณ์ ช่วงทดสอบและประเมิน และช่วงปิดการสนทนาเป็นโครงสร้างการสนทนาที่เกิดขึ้นในบริบทการสัมภาษณ์งานขององค์กรธุรกิจ เนื่องจากยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้น้อย ผู้วิจัยจึงไม่สามารถนำไปเปรียบเทียบได้ จึงจำเป็นต้องนำมาเชื่อมโยงกับงานวิจัยอื่นที่ใช้วิธีวิทยาเดียวกัน

ผู้วิจัยขอนำโครงสร้างการสนทนาที่ค้นพบนี้ไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยของเฮริเทจ (Heritage, 1984) อธิบายโครงสร้างรูปแบบของการสนทนาจากการศึกษาจากการพูดคุยทางโทรศัพท์ระหว่างตัวแทนของโรงเรียนและผู้ปกครองนักเรียนในกรณีที่นักเรียนคนหนึ่งขาดเรียนโดยไม่ทราบสาเหตุ เริ่มต้นด้วยขั้นตอนของการเปิดการสนทนาโดยการแนะนำตัวของทางตัวแทนโรงเรียน หลังจากนั้นเข้าสู่ประเด็นการสนทนาโดยแจ้งประเด็นปัญหาว่าเกิดอะไรขึ้นทางโรงเรียนจึงได้โทรศัพท์หาผู้ปกครองนักเรียนและหลังจากนั้นเป็นการปิดการสนทนา นอกจากนี้โครงสร้างการสนทนาที่งานวิจัยนี้ค้นพบแตกต่างจากโครงสร้างการสนทนาในบริบททางการแพทย์ที่ไพโรจน์ วิไลสุข (2553) กล่าวไว้ในงานวิจัยของเขา โครงสร้างการสนทนาในบริบทความตายประกอบด้วย การเปิดการสนทนา การพูดคุยในรายละเอียด การเจาะจงถึงความตายของผู้ป่วย และการยุติการสนทนา

ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแนวทางการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ถูกสัมภาษณ์ในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย และได้ข้อค้นพบว่า ผู้ถูกสัมภาษณ์มีแนวทางซึ่งประกอบด้วยเทคนิคจำนวน 2 เทคนิค คือ การให้ชุดของเหตุผล 3 ประการ และการทำให้ตนเองกลับมามีความน่าเชื่อถือเมื่อถูกถามด้วยคำถามทำลายความน่าเชื่อถือ การให้ชุดของเหตุผลในงานวิจัยนี้ สอดคล้องกับสิ่งที่เจฟเฟอร์สัน (Jefferson, 1990) กล่าวไว้ การให้ชุดของเหตุผลคือการทำให้ประโยชน์นั้นๆสมบูรณ์ ทำให้ผู้พูดมีความน่าเชื่อถือ รวมถึงผู้พูดมีโอกาสอธิบายได้อย่างครบถ้วนตามที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงออกถึงศักยภาพที่มี และทำให้ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงาน

ในประเด็นการทำให้ตนเองกลับมามีความน่าเชื่อถือขณะสัมภาษณ์งานในบริบทองค์การธุรกิจ ผู้วิจัยเชื่อว่ายังไม่น่าจะมีการศึกษาในสังคมไทยอย่างจริงจัง ดังนั้นจึงถือได้ว่าข้อค้นพบในประเด็นนี้จึงถือเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้โดยตรง ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ควรมีการศึกษาในอนาคต

นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังค้นพบสิ่งที่ควรนำมาอภิปรายเพิ่มคือการใช้อวัจนภาษาในระหว่างการสัมภาษณ์ จากแนวคิดและทฤษฎีของเอเมอร์ ธอร์น (2550) กล่าวว่าในการสร้างความน่าเชื่อถือขณะสัมภาษณ์งานควรให้ความสำคัญในเรื่องของบุคลิกภาพโดยรวม เช่น กิริยาท่าทาง การเดิน การควบคุมน้ำเสียงขณะตอบคำถาม ซึ่งถือเป็นคำแนะนำในภาพรวม แต่ในงานวิจัยนี้ค้นพบการใช้อวัจนภาษาที่ต่างออกไป กล่าวคือ ช่วงเปิดการสนทนา ผู้ถูกสัมภาษณ์หยุดยืนรอที่หน้าห้องผู้สัมภาษณ์และยกมือไหว้ ผู้วิจัยเชื่อว่ากิริยานี้แสดงถึงความอ่อนน้อม และถูกกาลเทศะ ในช่วงที่สองคือช่วงเล่าประสบการณ์ เป็นช่วงที่ผู้ถูกสัมภาษณ์พยายามกล่าวถึงประสบการณ์ และมีการใช้กิริยาท่าทางประกอบ เช่น การยกมือขึ้นทำรูปอย่าง การใช้นิ้วชี้และนิ้วโป้งมาจรดกันแล้วลากจากหัวตาไปที่หางตาพร้อมกล่าวว่ากริดตา การแสดงกิริยาท่าทางต่างๆจะทำให้การส่งสารมีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และน่าจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ ช่วงที่สามคือช่วงทดสอบและประเมิน ช่วงนี้เป็นช่วงที่ผู้สัมภาษณ์ทดสอบถึงความรู้ในตำแหน่งงาน ซึ่งในการทดสอบดังกล่าวหมายถึงความสามารถในการควบคุมอารมณ์ ความรู้สึกสีหน้าท่าทางต่างๆ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าในขั้นตอนนี้ผู้ถูกสัมภาษณ์มักจะเกิดความเครียด และกิริยาท่าทางต่างๆออกมาอย่างเห็นได้ชัด เช่น การแคะเล็บ การเคาะโต๊ะ หรือการหันหน้าไปทางอื่นเป็นเวลานาน เป็นต้น ช่วงสุดท้ายคือช่วงปิดการสนทนา ผู้ถูกสัมภาษณ์จะตอบข้อซักถามประกอบการแสดงกิริยาท่าทางอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งยุติการสนทนา ในการยุติการสนทนาผู้ถูกสัมภาษณ์ทุกคนใช้อวัจนภาษาคือการยกมือไหว้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยจำแนกประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้ออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือประโยชน์ต่อองค์การ และส่วนที่สองคือประโยชน์ต่อผู้ที่กำลังเข้ารับการสัมภาษณ์งานในตำแหน่งฝ่ายขาย

ประโยชน์ต่อองค์การ การสัมภาษณ์งานเป็นส่วนหนึ่งในงานฝ่ายบุคคล เป็นด่านแรกในการรับคนเข้าทำงาน และเป็นขั้นตอนที่ทุกองค์การพึงมี การรับพนักงานเข้าทำงานจำเป็นต้องมีการสัมภาษณ์งานโดยบุคคลและหัวหน้างาน จากโครงสร้างการสนทนาที่ได้ในงานวิจัยนี้ช่วยให้ผู้สัมภาษณ์งานสามารถกำหนดช่วงการสนทนาให้เหมาะสมกับผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ เช่น ผู้สัมภาษณ์เห็นว่าควรเน้นในช่วงทดสอบและประเมิน เนื่องจากประวัติการ

ทำงานค่อนข้างน้อย การเน้นในช่วงทดสอบและประเมินเพื่อทดสอบความรู้ ความสามารถในด้านต่างของผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อนำมาประเมินความเหมาะสมกับตำแหน่งต่อไป การทราบโครงสร้างการสนทนาช่วยให้ผู้สัมภาษณ์สามารถกำหนดประเด็นในการตั้งคำถาม กำหนดช่วงการสนทนา และการปิดการสนทนาได้อย่างเหมาะสม ในส่วนของเทคนิคการสร้างที่น่าเชื่อถือ การที่ผู้สัมภาษณ์ทราบถึงเทคนิคการสร้างที่น่าเชื่อถือผ่านการสื่อสารขณะสัมภาษณ์ ทำให้ผู้สัมภาษณ์รู้ทันผู้ถูกสัมภาษณ์งาน และสามารถกำหนดประเด็นในการถามได้มากขึ้น เพื่อสืบค้นความสามารถ ทักษะ ที่แท้จริงของผู้ถูกสัมภาษณ์งาน

ประโยชน์ต่อผู้ที่กำลังเข้ารับการสัมภาษณ์งานในตำแหน่งฝ่ายขาย ความน่าเชื่อถือเป็นหนึ่งในคุณสมบัติที่พนักงานฝ่ายขายจำเป็นต้องมี ดังนั้นการสร้างที่น่าเชื่อถือขณะสัมภาษณ์งานเป็นสิ่งที่จำเป็น ผู้ที่กำลังเข้ารับการสัมภาษณ์งานควรมีการนำเทคนิคทางด้านการสื่อสารไปใช้ เช่นเทคนิคการให้ชุดของเหตุผล 3 ประการ (list-construction) และเทคนิคการเชื่อมโยงคำตอบเมื่อถูกถามคำถามทำลายความน่าเชื่อถือ (discredit) การนำไปใช้ควรมีการปรับประยุกต์ให้เหมาะสมกับธุรกิจขององค์กร และระดับตำแหน่งที่เข้ารับการสัมภาษณ์ เพื่อการสร้างน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นขณะสัมภาษณ์งาน การเตรียมตัวก่อนสัมภาษณ์งานเป็นสิ่งที่จำเป็นเช่นกัน ผู้ที่กำลังเข้ารับการสัมภาษณ์งานควรมีการเตรียมตัวในด้านข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลบริษัท ข้อมูลผู้สัมภาษณ์ การเตรียมแนวคำตอบ การเตรียมเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- ชาย โพธิ์สิตา. (2558). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2555). สัมภาษณ์ โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยม กับการศึกษาวิจัยรัฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- พิชาย รัตนดิกล ภูเก็ต (2557). ปรัชญาสังคมศาสตร์ การอธิบายทางสังคมรากฐานสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: หังหุ่นส่วนจำกัดบางกอกบลิ๊อค.
- พัฒนา กิตติอาษา. (2556). “สนาม” ในความทรงจำของนักเรียนมานุษยวิทยา.” ใน คนใน ประสบการณ์ภาคสนามของนักมานุษยวิทยาไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2 ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน),
- ไพโรจน์ วิไลนุช. (2552). “ถกวิธีวิทยา.”วารสารลุ่มน้ำโขง 5,1 (มกราคม- เมษายน): 23-45.
- ไพโรจน์ วิไลนุช.(2553). “บทสนทนาแห่งถ้อยรักภักดี.”วารสารลุ่มน้ำโขง 6, 3(กันยายน- ธันวาคม): 97-114.
- ไพโรจน์ วิไลนุช. (2554) “การสื่อสารและการจัดการความวิตกกังวลและภาวะวิกฤติระหว่างเจ้าหน้าที่สาธารณสุขและผู้ป่วยไทยในอำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน.มหาวิทยาลัยหอการค้า
- ธีรยุทธ บุญมี. (2551). มิเชล ฟูโกต์. เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์วิภาษา.
- ไวท์ ฟุต วิลเลียม (2556).ระเบียบวิธีวิจัยสังคมจากประสบการณ์จริงแปล โดยมงคลเลิศ ด่านธานินทร์.
- สุจริตลักษณ์ ดีผดุง, “บท สนทนากับการวิเคราะห์การสนทนาและการพัฒนาที่ยั่งยืน.” ใน วารสารภาษาและวัฒนธรรม 33, 1. (มกราคม-มิถุนายน 2557)

- โสรจันท์ หงส์ดารมภ์.(2552). ปรัชญาภาษา. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อคิน รพีพัฒน์ และคนอื่นๆ (2546). คู่มือการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อการพัฒนา.ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 4.บรรณาธิการ
อุทัยดุลยเกษม. ขอนแก่น:สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2548). ทฤษฎีและวิธีวิทยา ของการวิจัยวัฒนธรรม:การทะลุกรอบคิดและกักตักของ
ความคิดคู่ตรงข้าม. พิมพ์ครั้งที่2.เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์อมรินทร์.
- อุมาพร คาคการณ์ไกล (2558). วาทกรรมทางธุรกิจ:พัฒนาการของแนวคิดแนวการวิเคราะห์และแนวโน้ม
งานวิจัย. วารสารสงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 21,2(เมษายน-มิถุนายน).
- สุกัญญา รัชมีธรรมโชติ.(2549) แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย Competency Based Learning
(พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ ศิริวัฒนา อินเตอร์พรี้น จำกัด (มหาชน)
- มารดาร์ตัน สุขสง่า (2554).ขีดความสามารถหลักที่พึงประสงค์ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรขององค์กรชั้น
นำในประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน).มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ชูชัย สมितिไกร (2556) การสรรหา การคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร พิมพ์ครั้งที่4.
กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ภัสกร รัตนชาติ., ศศิประภา ชัยประสิทธิ์. (2557) สุธิปริทัศน์ ปีที่ 28 ฉบับที่ 88 ตุลาคม- ธันวาคม
- สุนันทา ปิ่นสุวรรณ(2555) ปัจจัยด้านคุณสมบัติของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านคุณภาพการ
ให้บริการของพนักงานที่ปรึกษาความงามของผู้ใช้บริการสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
(กรณีศึกษาเครื่องสำอางพวยด์).วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุภาวค์ จันทวานิช (2556)การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พิมพ์ครั้งที่11 กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- สุภาวค์ จันทวานิช (2559)การวิจัยเชิงคุณภาพ พิมพ์ครั้งที่23 กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรรณดี สุทธิธารกร (2556) การวิจัยเชิงคุณภาพการวิจัยในกระบวนการตัดสินใจ เลือก สำนักพิมพ์สยามปริทัศน์
จำกัด เขตพระนคร กรุงเทพฯ
- นงนภัส คำวิญญู เทียงกมล (2554) การวิจัยเชิงบูรณาการแบบองค์รวม กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

ภาษาต่างประเทศ

- Baker,JR. Houston A. (1994). “Critical Memory and the Black Public Sphere.” 3-33.Public
Culture.7
- Chomsky, Noam (1965). Aspects of the Theory of Syntax.Cambridge:The M.I.T Press.
- Fairclough, Norman (1993).Critical Discourse Analysis and the Marketization of public Discourse:
Discourse and Social Change. Polity press Cambridge.

- Jefferson, Gail. (1990). "List-Construction as a Task and Resource". In *Studies in Ethnomethodology Analysis*, no1, Interaction Competence. 63-92, 66-92. Edited by George Psathas. WashingtonDC: International Institute for Ethnomethodology and conversation Analysis and University Press of America.
- John Heritage, (2009) *Conversation Analysis as Social Theory*. 300-314. Edited by Brayan S. Turner. The New Blackwell Companion to Social Theory.
- Heritage, John. (1997). *Conversation Analysis and Institutional Talk:Analysing Data*. In *Qualitative Theory, Method and Practice*. 161-182. Edited by David Silverman. London: Sage.
- Heritage, John. (1984). *Conversation Organization: Paired Actions*. Grafinkel and Ethnomethodology.245-253. Cambridge: Polity Press.
- Heritage, John (2004). *Conversation Analysis Studies from the First Generation*. Gene H. Lerner. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamin Publishing Company.
- limuro,Aki(2008) *Applying Conversation Analysis to Second Leanguage speaker's E-mail requests* .Polyglossia Vol 14 , February
- Marsh, David and Stoker, Gerry. (2002).*Theory and methods in political science*. 2nd edited.Houndmills, Basingstoke, Hampshire ; New York : Palgrave Macmillan.
- Maynad, W. Douglas (2003) .*Bad News, Good News: Conversational Order In Every Talk and Clinical Setting*. The University of Chicago Press
- Nanthakanok, Kronchanok (2013). *An analysis of conversational sturctures between local government officials and ethnic people*. *Journal of language and culture*32, 1 (January-June)
- Peräkylä, Anssi (2011). "Conversation analysis and psychoanalysis: interpretation, affect and intersubjectivity".In *Conversation Analysis and Psychotherapy*.100-120. Edited byAnssi Peräkylä, Charles Antaki, Sanna Vehviläinen, Ivan Leudar, Cambrides University press.
- Raclaw, Joshua (2008). "Two Patterns for Conversational Closings in Instant MessageDiscourse." *Colorado Research in Lisguistics*.Vol 21 (June). Boulder University of Colorado.
- Sacks, Harvey. (2004) "An initial characterization of the organization of speaker turn-taking in conversation", In *Conversation Analysis Studies from the First Generation*. 35-42.Edited by Gene H. Lerner. *Pragmatics & Beyond New Series* 125. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamin Publishing Company.
- Sacks, Harvey.(2006). *On the Preference for Agreement and Contiguity in Sequences in Conversation*.In *Talk and social Organisation*. 54-69. Edited by Graham Button and John R.E. Lee. Clevedom: Multilingual Matters.