

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดพฤติกรรมสารสนเทศต่อลูกค้าของพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัดมีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดพฤติกรรมสารสนเทศต่อลูกค้าของพนักงานใน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด และเพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมสารสนเทศต่อลูกค้าของพนักงานใน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีของพฤติกรรมสารสนเทศต่อลูกค้าของพนักงาน โดยทำการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน (Self-Efficacy) ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน (Job Engagement) และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า (Service Climate) เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับพฤติกรรมสารสนเทศต่อลูกค้าของพนักงาน ว่าปัจจัยดังกล่าวนี้มีผลกระทบต่อระดับพฤติกรรมสารสนเทศต่อลูกค้าของพนักงานมากน้อยเพียงใด

ระเบียบวิธีการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ หนังสือ งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ต และข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถาม แบบตอบด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานประจำของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด รวม 115 ชุด ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Alpha Coefficient) ในการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ อาชีพ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ในการอธิบายถึง ระดับพฤติกรรมสารสนเทศต่อลูกค้าของพนักงาน ระดับความมั่นใจในการทำงาน ระดับความผูกพันในงาน และระดับบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า วิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อหาอำนาจพยากรณ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows 11.5 (Statistical Package for Social Science) ในการวิเคราะห์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยเครื่องมือ 5 ชนิด ดังนี้

1. แบบสอบถามวัดระดับพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงาน ซึ่งดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Todd Donovan and Mary Ann Hocutt (2001) มีจำนวน 10 ข้อ
2. แบบสอบถามวัดระดับความมั่นใจในการทำงาน ซึ่งดัดแปลงมาจากเครื่องมือ General Self Efficacy Scale (GSE) โดยงานวิจัยของ Matthias Jerusalem and Ralf Schwarzer (1992) มีจำนวน 9 ข้อ
3. แบบสอบถามวัดระดับความผูกพันในงาน ซึ่งดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Wilmar B. Schaufeli (2002) มีจำนวน 17 ข้อ
4. แบบสอบถามวัดระดับบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ซึ่งดัดแปลงมาจากเครื่องมือ Global Service Climate Scale จากงานวิจัยของ Schneider and others (1995;1998;2000) มีจำนวน 7 ข้อ
5. แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าพนักงานใน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัดที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 60 และเป็นเพศชายร้อยละ 40 โดยอายุเฉลี่ยของพนักงานทั้งหมดอยู่ที่ 35 ปี พนักงานส่วนใหญ่มีอายุงานมากกว่า 4 ปีคิดเป็นจำนวนร้อยละ 50.4 และกลุ่มที่มีอายุงานน้อยกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.6 โดยอายุงานเฉลี่ยของพนักงานคือ 5 ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงาน

ตอนที่ 2.1 ระดับความคิดเห็นในด้านพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงาน

แบบสอบถามที่ใช้เป็นการสอบถามความคิดเห็นของพนักงานในด้านพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงาน โดยใช้คำถามในการวัดสเกลทัศนคติ หรือ Likert Scale เมื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Alpha Coefficient) โดยมีค่าเท่ากับ

0.914 โดยแบบสอบถามมีค่าแอลฟามากกว่า 0.9 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีมาก สามารถยอมรับได้

จากผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงานโดยรวมในระดับเห็นด้วยมีค่าเฉลี่ย 5.84 ซึ่งแปลผลได้ว่า พนักงานในบริษัทมีพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้า แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีทัศนคติเชิงบวกในด้านพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าโดยพบว่าเป็นเรื่องง่ายที่พนักงานจะเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าและมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการเป็นอย่างดี โดยสามารถสรุปความคิดเห็นในองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านของพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้า ได้ดังนี้

1.ด้านการตามใจลูกค้า

พนักงานมีความคิดเห็นในองค์ประกอบพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการตามใจลูกค้าเป็นอันดับสูงสุดคือ 5.94 ซึ่งแปลผลได้ว่า พนักงานมีการตามใจลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกพิเศษ รววกกับว่าตัวเองคือลูกค้าคนสำคัญคนหนึ่งของผู้ให้บริการ โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังนี้

- 1) ฉันรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข ค่าเฉลี่ย 6.03
- 2) การบรรลุวัตถุประสงค์ของฉันคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ค่าเฉลี่ย 6.01
- 3) ฉันชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 5.78

2.ด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว

พนักงานมีความคิดเห็นในองค์ประกอบพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นอันดับสองคือ 5.88 ซึ่งแปลผลได้ว่า พนักงานมีพฤติกรรมการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า ชอบการยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถสร้างความคุ้นเคย และสามารถติดต่อกับลูกค้าได้แบบเป็นกันเอง โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังนี้

- 1) การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน ค่าเฉลี่ย 5.96
- 2) ฉันชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฉันฟัง ค่าเฉลี่ย 5.79

3.ด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า

พนักงานมีความคิดเห็นในองค์ประกอบพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเป็นอันดับสามคือ 5.82 ซึ่งแปลผลได้ว่า พนักงานมีพฤติกรรมการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า โดยสามารถปฏิบัติและให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทำให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างสบายใจ ไม่อึดอัด โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังนี้

- 1) ฉันพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ค่าเฉลี่ย 5.98

- 2) ฉันมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า ค่าเฉลี่ย 5.85
- 3) ฉันมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันที่ ค่าเฉลี่ย 5.63

4. ด้านการอ่านใจลูกค้า

พนักงานมีความคิดเห็นในองค์ประกอบพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการอ่านใจลูกค้าเป็นอันดับสุดท้ายคือ 5.68 ซึ่งแปลผลได้ว่า พนักงานมีพฤติกรรมการอ่านใจลูกค้า มีความสนใจลูกค้า สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า คอยตีความและอ่านจากภาษากายอย่างใกล้ชิด โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังนี้

- 1) การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติสำหรับฉัน ค่าเฉลี่ย 5.80
- 2) ความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจฉันเสมอ ค่าเฉลี่ย 5.55

จากความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน พบว่าปัจจัยย่อยด้าน พนักงานรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข มีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับสูงสุดรองลงมาคือ การบรรลุวัตถุประสงค์ของพนักงานคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ นอกจากนี้ระดับความคิดเห็นในสองอันดับสุดท้ายคือ ความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจของพนักงานเสมอ และพนักงานมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันที่

จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่าพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด มีพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้า โดยมีลักษณะของการตามใจลูกค้า ชอบทำให้ลูกค้ามีความสุขและทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนพิเศษ มีการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า ยิ้มแย้มแจ่มใจ ชอบทำความคุ้นเคยและชอบพูดคุยสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า ให้บริการลูกค้าอย่างสบายใจและเป็นกันเอง มีการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า สามารถปฏิบัติและให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทำให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างสบายใจ ชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า มีความสนใจ และสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และจากความคิดเห็นปัจจัยย่อยแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานว่า ปัจจุบันพนักงานในบริษัทมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างพึงพอใจ และทำให้ลูกค้ามีความสุข โดยพนักงานจะรู้สึกพึงพอใจเมื่อสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตนวางเอาไว้ได้ ในขณะที่พนักงานก็รับรู้ว่าจะตนเองให้นำหนักความสำคัญด้านความสนใจลูกค้าและการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างรวดเร็วเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นจึงควรเน้นส่งเสริมด้านพฤติกรรมการบริการให้พนักงานมี

ความสนใจในตัวลูกค้ามากขึ้นและ มีการส่งมอบบริการให้รวดเร็วสามารถตอบสนองต่อข้อเรียกร้องและความต้องการของลูกค้าให้ทันท่วงที

ตอนที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และอายุงาน กับพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงาน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและอายุงานมีผลต่อพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงานในแต่ละองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ด้านตามใจลูกค้า

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการตามใจลูกค้าในปัจจัยย่อย การบรรลุวัตถุประสงค์ของฉันทือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ และฉันชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

2. ด้านการอ่านใจลูกค้า

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการอ่านใจลูกค้าในปัจจัยย่อยความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจฉันเสมอ โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

3. ด้านการการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าในปัจจัยย่อยฉันมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

4. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการสร้างสัมพันธ์ส่วนตัวในปัจจัยย่อย การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน และฉันชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฉันฟัง โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน มีผลต่อพฤติกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการตามใจลูกค้า ด้านการอ่านใจลูกค้า ด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าและด้านการสร้างสัมพันธ์ส่วนตัวในปัจจัยย่อยฉันชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฉันฟัง อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยพนักงานกลุ่มที่มีอายุงาน 4 ปีขึ้นไปจะมีค่าเฉลี่ยในสูงกว่าพนักงานกลุ่มที่มีอายุงาน น้อยกว่า 4 ปี ในทุก ๆ ด้าน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน

ตอนที่ 3.1 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ที่มีผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน

แบบสอบถามที่ใช้เป็นการสอบถามความคิดเห็นของพนักงานต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน โดยใช้คำถามในการวัดสเกลทัศนคติ หรือ Likert Scale เมื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Alpha Coefficient) โดยมีค่าเท่ากับ 0.914 โดยแบบสอบถามมีค่าแอลฟามากกว่า 0.80 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ ดีมาก สามารถยอมรับได้

จากผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ค่าเฉลี่ยรวม 5.58 แปลผลได้ว่าพนักงานมีความมั่นใจในการทำงาน โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นในปัจจัยย่อยตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) ประสิทธิภาพการทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาของฉัน เพิ่มความมั่นใจให้ฉัน ในการทำงานให้กับองค์กร ได้อย่างเต็มที่ ค่าเฉลี่ย 5.86
- 2) ฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการทำงานได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 5.85
- 3) การทำงานของฉันอยู่ในระดับที่ดี ภายใต้อุปสรรคความสามารถของฉัน ค่าเฉลี่ย 5.82
- 4) ฉันไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานในองค์กร ค่าเฉลี่ย 5.66
- 5) ฉันพึงพอใจในงานของฉันที่เป็นไปตามความคาดหวังมี ค่าเฉลี่ย 5.66
- 6) ฉันสามารถทำงานที่ทำทายนอกจากงานที่ฉันกำลังทำในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 5.62
- 7) ฉันมีความรู้ด้านเทคนิค ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน ค่าเฉลี่ย 5.45

ปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่

- 1) ฉันรู้สึกมั่นใจว่าทักษะและความสามารถของฉันเทียบเท่ากับหรือมากกว่าความสามารถของเพื่อนร่วมงาน ค่าเฉลี่ย 5.21
- 2) ฉันรู้สึกว่าคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ฉันได้รับในปัจจุบันค่าเฉลี่ย 5.13

จากความคิดเห็นของพนักงานต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับสูงสุดคือ ปัจจัยย่อยด้านประสิทธิภาพการทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาของฉัน เพิ่มความมั่นใจให้ฉันในการทำงานให้กับองค์กรได้อย่างเต็มที่ ค่าเฉลี่ย 5.86 รองลงมาคือปัจจัยย่อยด้านฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการทำงานได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 5.85 ส่วนสองอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยย่อยด้านฉันรู้สึกมั่นใจว่าทักษะและความสามารถของฉันเทียบเท่ากับหรือมากกว่าความสามารถของเพื่อนร่วมงาน และฉันรู้สึกว่าคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ฉันได้รับในปัจจุบันค่าเฉลี่ย 5.13

จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่าพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน ยูโอพี (ไทย) จำกัด มีความมั่นใจในการทำงาน โดยพนักงานมีความมั่นใจในประสิทธิภาพการทำงานและความสำเร็จในการทำงานของตนเองเป็นอย่างดี มีความมั่นใจในความสามารถในการทำงานของตนเอง โดยรับรู้ขอบเขตความสามารถในการทำงานของตนเองได้ดี พนักงานสามารถปรับตัวกับการทำงานในองค์กร และมีความพึงพอใจในผลสำเร็จของงานที่ตนเองทำ สามารถทำงานที่ท้าทายมากกว่างานที่กำลังทำในปัจจุบัน มีความรู้ด้านเทคนิคที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นระดับต่ำที่สุดคือ ความมั่นใจด้านทักษะและความสามารถตนเองเทียบเท่ากับเพื่อนร่วมงาน และความมั่นใจว่าคุณสมบัติของตนเองที่เหมาะสมกับตำแหน่งที่ได้รับในปัจจุบัน ดังนั้นจึงควรเน้นส่งเสริมการสร้างความมั่นใจในการทำงานในการกระตุ้นให้พนักงานตั้งเป้าหมายในการพัฒนาความสามารถของตนให้สูงกว่าตำแหน่งปัจจุบัน เพื่อพัฒนาความสามารถและเพิ่มความมั่นใจในการทำงานของตัวพนักงานเอง

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความผูกพันในงาน

แบบสอบถามที่ใช้เป็นการสอบถามความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความผูกพันในงาน โดยใช้คำถามในการวัดสเกลทัศนคติ หรือ Likert Scale เมื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์

แอลฟาของครอนบัก (Alpha Coefficient) โดยมีค่าเท่ากับ 0.954 โดยแบบสอบถามมีค่าแอลฟา มากกว่า 0.80 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ ดีมาก สามารถยอมรับได้

จากผลการศึกษาพบว่า ในส่วนของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความผูกพันในงาน พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความผูกพันในงาน โดยรวม ในระดับเห็นด้วย โดยมี ค่าเฉลี่ย 5.55 แปลผลได้ว่าพนักงานมีความผูกพันในงาน เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของ ความผูกพันในงานพบว่า

1. ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน อยู่ในระดับ เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 5.60 แปลผลได้ว่าพนักงานมีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน โดยปัจจัยย่อยที่มีความ คิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) ฉันรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของฉันมีค่าเฉลี่ย 5.77
 - 2) ในการทำงาน ฉันมีความมุ่งมั่นเสมอ แม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม มี ค่าเฉลี่ย 5.72
 - 3) ในที่ทำงานฉันรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงานมีค่าเฉลี่ย 5.70
 - 4) ฉันสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานของฉันได้เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ย 5.59
 - 5) ฉันสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาอันยาวนานมีค่าเฉลี่ย 5.56
- และปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วยของปัจจัยด้านความมุ่งมั่น ทุ่มเทในการทำงาน คือ เมื่อฉันตื่นขึ้นมาในตอนเช้า ฉันรู้สึกอยากไปทำงาน มีค่าเฉลี่ย 5.27

2. ด้านการอุทิศตนในการทำงาน

พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการอุทิศตนในการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 5.62 แปลผลได้ว่าพนักงานมีการอุทิศตนในการทำงาน โดยปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นใน ระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) ฉันภูมิใจในงานที่ฉันทำมีค่าเฉลี่ย 5.88
- 2) ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงานมีค่าเฉลี่ย 5.77
- 3) ฉันพบว่า งานที่ฉันทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 5.63
- 4) ฉันพบว่างานที่ฉันทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับฉันเป็นอย่างมากมีค่าเฉลี่ย 5.46
- 5) งานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉันมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 5.38

3. ด้านการให้เวลากับงาน

ปัจจัยด้านการให้เวลากับงาน อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 5.43 แปลผลได้ว่าพนักงานมีการให้เวลากับงาน โดยมีความคิดเห็นในปัจจัยย่อยในระดับเห็นด้วยได้แก่

- 1) ฉันรู้สึกมีความสุขเมื่อฉันทำงานอย่างตั้งใจมีค่าเฉลี่ย 5.89
- 2) ขณะที่ฉันทำงานฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วมีค่าเฉลี่ย 5.76
- 3) ฉันจดจ่ออยู่กับงานของฉันมีค่าเฉลี่ย 5.69

และปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วยได้แก่

- 1) เมื่อฉันทำงานฉันลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมีค่าเฉลี่ย 5.25
- 2) ฉันรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อฉันทำงานมีค่าเฉลี่ย 5.01
- 3) การดึงความสนใจของฉันออกจากงานเป็นเรื่องยากมีค่าเฉลี่ย 5.01

จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่าพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด มีความผูกพันในงาน โดยมีลักษณะของผู้ที่มีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน มีความชำนาญและมีความเชี่ยวชาญในงานสูง มีพลังในการทำงานและสนุกสนานกับการทำงานสามารถทำงานต่อเนื่องได้เป็นระยะเวลาานาน มีลักษณะของผู้ที่มีการอุทิศตนในการทำงาน มีความภาคภูมิใจในงานที่ตนเองทำ และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความรู้สึกงานว่าช่วยสร้างแรงบันดาลใจและเป็นสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง และพบว่างานที่ทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของตนเอง มีลักษณะของผู้ที่มีการให้เวลากับงาน รู้สึกมีความสุขเมื่อได้ทำงานอย่างตั้งใจ รู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเมื่อทำงาน นอกจากนี้พนักงานยังรู้สึกว่าตนเองยังขาดความรู้สึกลอยลางไปทำงาน รู้สึกขาดความตื่นเต้นในการทำงานและขาดสมาธิในการทำงาน ดังนั้นจึงควรเน้นส่งเสริมการสร้าง ความผูกพันในงานในให้พนักงานรู้สึกอยากไปทำงานมากขึ้น ส่งเสริมให้พนักงานมีความตื่นเต้นในการทำงานและส่งเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมให้พนักงานมีสมาธิในการทำงานมากขึ้น

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า

แบบสอบถามที่ใช้เป็นการสอบถามความคิดเห็นของพนักงานต่อปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า โดยใช้คำถามในการวัดสเกลทัศนคติ หรือ Likert Scale เมื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Alpha Coefficient) โดยมีค่าเท่ากับ

0.956 โดยแบบสอบถามมีค่าแอลฟามากกว่า 0.80 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีมาก สามารถยอมรับได้

จากผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าค่าเฉลี่ยรวม 5.36 อยู่ในระดับเห็นด้วยแปลผลได้ว่าพนักงานมีการรับรู้ถึงบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า โดยปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) เมื่อพนักงานทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล ค่าเฉลี่ย 5.54
- 2) พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 5.52
- 3) พนักงานในองค์กรของคุณมีความรู้ในงาน และมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 5.47
- 4) ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง ด้วยตัวเอง 5.42

ปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่

- 1) องค์กรมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ ค่าเฉลี่ย 5.26
- 2) องค์กรมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 5.19
- 3) โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการขององค์กรท่านอยู่ในระดับยอดเยี่ยม ค่าเฉลี่ย 5.15

จากความคิดเห็นที่มีต่อบรรยากาศในการให้บริการพบว่าปัจจัยย่อยด้าน เมื่อพนักงานทำงานและให้บริการอย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล มีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับสูงสุด รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี ส่วนสองอันดับสุดท้ายคือ โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการขององค์กรของท่านอยู่ในระดับยอดเยี่ยม และ องค์กรมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่าพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด มีการรับรู้ถึงบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า โดยรับรู้ว่าการให้ความสำคัญในเรื่องของการบริหารจัดการเพื่อให้พนักงานเกิดบรรยากาศที่ดีในการให้บริการลูกค้า พนักงาน

ในองค์กรรับรู้ว่าคุณจะได้รับบริการยกย่อง และได้รางวัลเป็นการตอบแทน เมื่อสามารถให้บริการได้เป็นอย่างดีเยี่ยม และรู้สึกว่าคุณเองมีความรู้ และความเข้าใจถึงมาตรฐานในการให้บริการของบริษัทเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามพนักงานยังมีความรู้สึกว่าคุณไม่ได้จัดเตรียมเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ และคุณภาพการบริการโดยรวมของพนักงานในบริษัทยังไม่อยู่ในระดับยอดเยี่ยม และบริษัทยังขาดการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นจึงควรเน้นส่งเสริมการสร้างบรรยากาศในการทำงาน ในด้านอุปกรณ์เครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริการ มีการตรวจสอบและวัดผลคุณภาพการให้บริการโดยรวมของบริษัท รวมถึงมีการกำหนดหลักเกณฑ์ และขั้นตอนที่ชัดเจนในการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และยังคงรักษาระบบการยกย่องและให้รางวัลแก่พนักงานที่ให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมต่อไป

ตอนที่ 3.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และอายุงาน กับ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าของพนักงาน

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลเพศมีผลต่อความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานในปัจจัยย่อย การทำงานของฉันอยู่ในระดับที่ดีภายใต้ขอบเขตความสามารถของฉัน โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย และ ฉันพึงพอใจในงานของฉันที่เป็นไปตามความคาดหวัง โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง

ในส่วนของปัจจัยด้านความผูกพันในงานนั้นพบว่า เพศมีผลต่อ องค์ประกอบด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานในปัจจัยย่อยในที่ทำงานฉันรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง และมีผลต่อองค์ประกอบด้านการให้เวลากับงาน ในปัจจัยย่อยฉันรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อฉันทำงาน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง

นอกจากนี้พบว่าเพศมีผลต่อ ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ในปัจจัยย่อยพนักงานในองค์กรมีความรู้ในงานและมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน พบว่า อายุงานมีผลต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานในปัจจัยย่อย ฉันสามารถทำงานที่ท้าทายมากกว่างานที่ฉันกำลังทำในปัจจุบัน โดยพนักงานที่มีอายุงาน 4 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 4 ปี

ในส่วนของปัจจัยด้านความผูกพันในงาน พบว่าอายุงานมีผลต่อ องค์ประกอบด้านการอุทิศตนในการทำงาน ในปัจจัยย่อยอื่นมีความกระตือรือร้นในการทำงาน และมีผลต่อ องค์ประกอบด้านการให้เวลากับงานในปัจจัยย่อย การดึงความสนใจของพนักงานออกจากงานเป็นเรื่องยาก โดยพนักงานที่มีอายุงาน 4 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 4 ปี

นอกจากนี้ยังพบว่าอายุงานมีผลต่อปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าในปัจจัยย่อย องค์การมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานที่มีอายุงาน 4 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 4 ปี

ตอนที่ 3.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า กับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน

ผลจากการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ตัวแปรต้นทั้งสาม ได้แก่ ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน และ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน นั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยด้านความผูกพันในงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานมากที่สุด และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.791 รองมาคือ ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.704 และปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.667 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ปัจจัยด้านความผูกพันในงานในทุกองค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตนในการทำงาน และด้านการให้เวลากับงาน รวมถึงปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในทุกองค์ประกอบ

ตอนที่ 3.4 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน และ ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า และ ตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน

ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน โดยรวม มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.811 โดยระดับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานโดยรวมจะแปรผันตามปัจจัยทั้ง 3 ด้านคิดเป็นร้อยละ 65.8 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 34.2 เป็นผลมาจากปัจจัยในเรื่องอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig.) พบว่า

ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการ สามารถทำนายระดับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานโดยรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านความผูกพันในงานมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน ($\beta = 0.524$) ซึ่งสามารถทำนายระดับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานโดยรวมได้มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ($\beta = 0.206$) ในส่วนของปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานนั้นไม่สามารถทำนายระดับต่อระดับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานโดยรวมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้

เมื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น โดยจำแนกตาม พฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า

1. ด้านการตามใจลูกค้า

ปัจจัยที่สามารถกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการตามใจลูกค้า คือ ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ($\beta = 0.360$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นการสร้างพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการตามใจลูกค้าของพนักงาน ควรเน้นที่ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการตามใจลูกค้าของพนักงาน

2. ด้านการอ่านใจลูกค้า

ปัจจัยที่สามารถกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการอ่านใจลูกค้า ได้แก่ ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ($\beta = 0.454$) และ รองลงมาคือปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ($\beta = 0.282$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้นการสร้างพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการอ่านใจลูกค้าของพนักงาน ควรเน้นที่ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการ

ทำงาน และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า เนื่องจากเป็นสองปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการอ่านใจลูกค้าของพนักงาน

3. ด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า

ปัจจัยที่สามารถกำหนดพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า คือ ปัจจัยด้านการอุทิศตนในการทำงาน ($\beta = 0.401$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้นการสร้างพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าของพนักงาน ควรเน้นที่ปัจจัยด้านการอุทิศตนในการทำงาน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า

4. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า

ปัจจัยที่สามารถกำหนดพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า คือ ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ($\beta = 0.411$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้นการสร้างพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้าของพนักงาน ควรเน้นที่ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด สามารถอภิปรายถึงประเด็นสำคัญที่เกิดจากการศึกษาได้ดังนี้

5.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า และปัจจัยด้านความผูกพันในงาน ที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงาน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นได้แก่ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ที่มีต่อตัวแปรตามคือ พฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงาน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R Square) ซึ่งเป็น

ตัวบ่งบอกว่าตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีการแปรผันกันในทางบวก โดยตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายถึงพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงานได้ร้อยละ 65.8 และเป็นผลมาจากปัจจัยอื่นๆ อีกร้อยละ 34.2 โดยสามารถอธิบายในแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงาน ได้ดังนี้

5.2.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงาน

จากผลศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสนองต่อลูกค้าของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งขัดแย้งกับผลงานวิจัยของ Noor and Muhamad (2005) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการทำนายพฤติกรรมสนองต่อลูกค้าของพนักงานขายประกันชีวิต จากบริษัท 16 แห่งของสมาคมนักขายประกันชีวิตในมาเลเซีย (Life Insurance Association of Malaysia) จำนวน 445 คน โดยศึกษาปัจจัยที่มีผล 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Organization Commitment) การควบคุมตนเอง (Self-Monitoring) และแรงจูงใจภายในตัวเอง (Intrinsic motivation) ในด้านความพึงพอใจในงานที่สำเร็จตามคาดหวังและความสำเร็จของงานที่ผ่านมาช่วยเพิ่มปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ที่มีปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน (Self-Efficacy) เครื่องมือที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมสนองต่อลูกค้าของพนักงานคือ SOCO Scale (Selling Orientation - Customer Orientation (SOCO) ของ Thomas and others (2001) ซึ่งแบบสอบถามใช้คำถาม 9 ข้อซึ่งดัดแปลงมาจากเครื่องมือของ Saxe and Weitz (1982) ในการวัดระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ใช้เครื่องมือดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Porter and others (1974) ในการวัดระดับการตรวจสอบตนเองใช้เครื่องมือที่พัฒนาจากงานวิจัยของ Snyder and Gangestad (1986) และใช้เครื่องมือซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัยของ Anderson and Oliver (1987) ในการวัดแรงจูงใจภายในตัวเอง ผลการวิจัยของ Noor and Muhamad (2005) พบว่า แรงจูงใจภายในบุคคลหรือปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน (Self-Efficacy) นั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการสร้างพฤติกรรมสนองต่อลูกค้าของพนักงานขายประกันชีวิตในกิจกรรมการขาย

อย่างไรก็ดีผลการวิจัยของ Martin and Jeffrey (2008) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน พฤติกรรมสนองต่อลูกค้าของพนักงานขาย ประสิทธิภาพในการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า นั้นพบว่า พนักงานที่มีปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานสูงจะมีพฤติกรรมสนองต่อลูกค้าในระดับต่ำ โดย Martin and Jeffrey (2008) ให้

คำอธิบายโดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ Jex and Gudanowski (1992) ว่าเมื่อพนักงานที่ให้บริการมีปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานสูง จะทำให้ไม่เกิดความเครียด ซึ่งความเครียดในระดับที่เหมาะสมนั้นมีผลต่อการสร้างพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้า (Jex and Gudanowski, 1992)

5.2.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความผูกพันในงานที่มีต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันในงานนั้นมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน ($\beta=0.524$) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) เป็นผลมาจากการที่พนักงานได้รับรู้ถึงหัวใจของการบริการ การตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ทำให้ตนเองพบว่าตนเองมีความสุขกับงานและรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการบริการที่ดี ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Christain Gronroos (2007) ที่กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานคือ การมอบคุณค่าการบริการตามที่ลูกค้าคาดหวัง กลายมาเป็นประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีทั้งผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zoe S. Dimitriades (2007) ได้ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าและปัจจัยด้านความผูกพันในงานที่มีต่อพฤติกรรมการสนองตอบลูกค้าของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานที่ให้บริการลูกค้าจากธุรกิจบริการ 5 แห่งในประเทศกรีซจำนวน 269 ราย โดยใช้แนวคิดของ Morrison (1996) ในศึกษาพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน และใช้เครื่องมือวัดเป็นแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อซึ่งดัดแปลงจากงานวิจัยของ Morrison (1996) เครื่องมือในการวัดปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Schneider and others (2000) เป็นแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ เครื่องมือที่ใช้ในการวัดปัจจัยด้านความผูกพันในงานแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 2 ข้อดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Lodahl and Kejner (1965) ซึ่งใช้ในงานวิจัยก่อนหน้านี้ของเขาเช่นเดียวกัน (Dimitriades, 1988) โดยเครื่องมือซึ่งเป็นแบบสอบถามทั้งหมดใช้สเกลของไลเกิท (Liker Scale) แบ่งออกเป็น 7 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ค่อนข้างเห็นด้วย เฉยๆ ไม่ค่อยเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ผลการศึกษาในครั้งนี้ตรงกับผลจากงานวิจัย

Zoe S. Dimitriades (2007) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันในงานสามารถทำนายพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานได้

5.2.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าที่มีต่อพฤติกรรม การสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ($\beta=0.206$) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานเป็นอันดับสองรองจาก ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน โดยปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าองค์การให้การสนับสนุนในตัวพนักงานและการทำงาน โดยการสร้างทัศนคติที่ดีให้กับพนักงาน ก่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการบริการ ตามแนวคิดของ Schneider (1998) ที่กล่าวไว้ว่าปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าคือการรับรู้และความเข้าใจของพนักงานที่มีต่อวิธีการ ขั้นตอน และพฤติกรรมในการให้บริการ ซึ่งจะทำให้เขาได้รับค่าชมเชยรางวัล บนความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการ เป็นการตอบแทน ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการทำงานและรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งกับงานและองค์การ

ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zoe S. Dimitriades (2007) ได้ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าและปัจจัยด้านความผูกพันในงานที่มีต่อพฤติกรรมการสนองตอบลูกค้าของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานที่ให้บริการลูกค้าจากธุรกิจบริการ 5 แห่งในประเทศกรีซจำนวน 269 ราย โดยใช้แนวคิดของ Morrison (1996) ในศึกษาพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน และใช้เครื่องมือวัดเป็นแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อซึ่งดัดแปลงจากงานวิจัยของ Morrison (1996) เครื่องมือในการวัดปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Schneider and others (2000) เป็นแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ เครื่องมือที่ใช้ในการวัดปัจจัยด้านความผูกพันในงานแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 2 ข้อดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Lodahl and Kejner (1965) ซึ่งใช้ในงานวิจัยก่อนหน้าของเขาเช่นเดียวกัน (Dimitriades, 1988) โดยเครื่องมือซึ่งเป็นแบบสอบถามทั้งหมดใช้สเกลของไลเกิท (Liker Scale) แบ่งออกเป็น 7 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ก่อนข้างเห็นด้วยเฉยๆ ไม่ค่อยเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ผลการศึกษาในครั้งนี้ตรงกับผลจากงานวิจัย

ของ Zoe S. Dimitriades (2007) ว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าสามารถทำนายพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานได้

จากผลงานวิจัยของ Thomas and Clearfield (2004) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในศูนย์อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสหรัฐอเมริกา (Natural Resources Conservation Service : NRCS) โดยเก็บแบบสอบถามจากพนักงานทั้งหมดจำนวน 1,000 ราย พบว่าผลการศึกษาในครั้งนี้ตรงกับผลจากงานวิจัยของ Thomas and Clearfield (2004) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยของบรรยากาศในองค์การด้านการฝึกอบรมพนักงาน สามารถทำนายพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน ($\beta=0.21$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปัจจัยย่อยของบรรยากาศในองค์การด้านสภาพแวดล้อมและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำงานสามารถทำนายพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน ($\beta=0.14$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Raisa Yakimova (2005) เรื่อง การพัฒนาพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในโรงงาน Pristine Doors ในออสเตรเลีย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามชนิดปลายเปิด และทำการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) กับผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้จัดการฝ่ายควบคุมการผลิต เป็นระยะเวลา 2 ปี โดยระยะเวลาสัมภาษณ์เฉลี่ยครั้งละ 1 ชั่วโมง ผลการศึกษาในครั้งนี้ตรงกับผลการศึกษาของ Raisa Yakimova (2005) ว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศขององค์การในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนด้านสภาพแวดล้อมและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้พนักงานในการทำงาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ค้นพบประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

5.3.1 พนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัดมีพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้า โดยมีลักษณะของการตามใจลูกค้า สร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า มีการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า และมีการอ่านใจลูกค้า

ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า พนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด มีพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้า โดยมีลักษณะของการตามใจลูกค้า ชอบทำให้ลูกค้ามีความสุขและทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนพิเศษ มีการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า ยิ้มแย้มแจ่มใจ ชอบทำความคุ้นเคยและชอบพูดคุยสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า ให้บริการลูกค้าอย่างสบาย

ใจและเป็นกันเอง มีการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า สามารถปฏิบัติและให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทำให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างสบายใจ ชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า มีการอ่านใจลูกค้า ให้ความสำคัญและสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยพบว่าปัจจัยย่อยที่พนักงานมีความคิดเห็นสูงสุดคือ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ของพนักงานคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ นอกจากนี้พบว่าปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นเป็นสองอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยย่อยด้านความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจของพนักงานเสมอ และ พนักงานมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันท่วงที แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานว่า ปัจจุบันพนักงานในบริษัทมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างพึงพอใจ และทำให้ลูกค้ามีความสุข โดยพนักงานจะรู้สึกพึงพอใจเมื่อสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตนวางเอาไว้ได้ ในขณะที่พนักงานก็รับรู้ว่าตนเองให้ความสำคัญด้านความสนใจลูกค้าและการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างรวดเร็วเป็นอันดับสุดท้าย

ดังนั้นจึงควรเน้นส่งเสริมพฤติกรรมตอบสนองต่อลูกค้าโดยให้พนักงานมีความสนใจในตัวลูกค้ามากขึ้นและ มีการส่งมอบบริการให้รวดเร็วสามารถตอบสนองต่อข้อเรียกร้องและความต้องการของลูกค้าให้ทันท่วงที เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่พนักงานมีความคิดเห็นอยู่ในอันดับต่ำที่สุด

5.3.2 ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน สามารถกำหนดพฤติกรรมตอบสนองต่อลูกค้าด้านการตามใจลูกค้า ด้านการอ่านใจลูกค้า และด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้าได้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน สามารถกำหนดพฤติกรรมตอบสนองต่อลูกค้าด้านการตามใจลูกค้า ($\beta = 0.360$) พฤติกรรมตอบสนองต่อลูกค้าด้านการอ่านใจลูกค้า ($\beta = 0.454$) ได้ พฤติกรรมตอบสนองต่อลูกค้าด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้าได้ ($\beta = 0.411$) โดยมีปัจจัยย่อยของความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ได้แก่ การมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของตนเอง การมีความมุ่งมั่นในการทำงาน การรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน ความสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงาน ความสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน และความรู้สึกที่อยากไปทำงาน โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุดคือเมื่อฉันตื่นขึ้นมาในตอนเช้า ฉันรู้สึกอยากไปทำงาน แสดงให้เห็นว่าพนักงานส่วนใหญ่ขาดความรู้สึกอยากไปทำงาน

ดังนั้นจึงควรส่งเสริมการสร้างความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานในปัจจัยย่อยดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยย่อยด้านการรู้สึกอยากไปทำงาน โดยมีการกระตุ้นให้พนักงานอยากมาทำงาน สร้างสภาพแวดล้อมในให้ดึงดูดให้พนักงานชอบที่จะมาทำงานมากขึ้น เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่พนักงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วยและอยู่ในอันดับต่ำที่สุด

5.3.3 ปัจจัยด้านการอุทิศตนในการทำงาน สามารถกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าได้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการอุทิศตนในการทำงาน สามารถกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการส่งมอบบริการ ($\beta = 0.401$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีปัจจัยย่อยได้แก่ ฉันทุมิใจในงานที่ฉันทำมีค่าเฉลี่ย ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ฉันพบว่างานที่ฉันทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน ฉันพบว่างานที่ฉันทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายเป็นอย่างมาก และงานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉัน

ดังนั้นจึงควรส่งเสริมการอุทิศตนในการทำงานให้กับพนักงานในปัจจัยย่อยดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยย่อยฉันพบว่างานที่ฉันทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับฉันเป็นอย่างมากและงานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉัน เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่มีความคิดเห็นในอันดับต่ำที่สุด

5.3.4 ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า สามารถกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการอ่านใจลูกค้าได้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า สามารถกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการอ่านใจลูกค้า ($\beta = 0.282$) ได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีปัจจัยย่อยได้แก่ เมื่อพนักงานทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานในองค์กรของคุณมีความรู้ในงานและมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง องค์กรมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยีและความช่วยเหลืออื่นๆที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ องค์กรมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และโดยรวมแล้วคุณภาพการบริการขององค์กรอยู่ในระดับยอดเยี่ยม

ดังนั้นจึงควรส่งเสริมบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าให้กับพนักงานในปัจจัยย่อยดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยย่อย ด้านองค์กรมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความ

ช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ องค์กรมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการขององค์กรท่านอยู่ในระดับยอดเยี่ยม เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่พนักงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วยและอยู่ในอันดับต่ำที่สุด

5.3.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และอายุงานมีผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน

ด้านการตามใจลูกค้า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการตามใจลูกค้าในปัจจัยย่อย การบรรลุวัตถุประสงค์ของงานคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ และฉันชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

ด้านการอ่านใจลูกค้า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการอ่านใจลูกค้าในปัจจัยย่อยความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจฉันเสมอ โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

ด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าในปัจจัยย่อยฉันมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

ด้านการสร้างสัมพันธ์ส่วนตัว ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าด้านการสร้างสัมพันธ์ส่วนตัวในปัจจัยย่อย การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน และฉันชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฉันฟัง โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

5.3.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและอายุงานมีผลต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน

จากการศึกษาพบว่าเพศมีผลต่อความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ในปัจจัยย่อย การทำงานของฉันอยู่ในระดับที่ดีภายใต้ขอบเขตความสามารถของฉัน โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย และ ฉันพึงพอใจในงานของฉันที่เป็นไปตามความคาดหวัง โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน พบว่าอายุงานมีผลต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานในปัจจัยย่อย ฉันสามารถทำงานที่ท้าทายมากกว่างานที่ฉันกำลังทำในปัจจุบัน โดยพนักงานที่มีอายุงาน 4 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 4 ปี

5.3.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและอายุงานมีผลต่อปัจจัยด้านความผูกพันในงาน

ผลการศึกษาพบว่า เพศมีผลต่อ องค์ประกอบความผูกพันในงานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานในปัจจัยย่อยในที่ทำงานฉันรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง และปัจจัยด้านเพศมีผลต่อองค์ประกอบความผูกพันในงานด้านการให้เวลากับงาน ในปัจจัยย่อยฉันรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อฉันทำงาน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง

นอกจากนี้ยังพบว่าอายุงานมีผลต่อ องค์ประกอบความผูกพันในงานด้านการอุทิศตนในการทำงานในปัจจัยย่อย ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงานโดย และผลต่อ องค์ประกอบความผูกพันในงานด้านการให้เวลากับงานในปัจจัยย่อย การดึงความสนใจของฉันออกจากงานเป็นเรื่องยาก โดยพนักงานที่มีอายุงาน 4 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 4 ปี

5.3.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและอายุงานมีผลต่อปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่า เพศมีผลต่อ ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า ในปัจจัยย่อยพนักงานในองค์กรมีความรู้ในงานและมีทักษะในการทำงานและให้บริการ ได้อย่างมีคุณภาพ โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย

นอกจากนี้ยังพบว่าอายุงานมีผลต่อปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าในปัจจัยย่อย องค์กรมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยพนักงานที่มีอายุงาน 4 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 4 ปี

5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาในเรื่องปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด ผู้ศึกษาพบว่ายังมีบางประเด็นที่น่าสนใจ จึงใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็นซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร หรือธุรกิจด้านบริการอื่นๆ โดยผลการศึกษาแสดงว่าปัจจัยความผูกพันในงานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานและด้านการอุทิศตนในการทำงาน รวมถึงปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวก และสามารถทำนายพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานได้ ดังนั้น ฝ่ายบริหารขององค์กรจึงควรวางกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างปัจจัยด้านความผูกพันในงานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานและด้านการอุทิศตนในการทำงาน และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าแก่พนักงานควบคู่ไปกับระบบการให้บริการ หากองค์กรต้องการมุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนา

พฤติกรรมการณ์สนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในระยะเวลาอันสั้น ควรเน้นไปที่การพัฒนาความผูกพันในงานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานของพนักงานเป็นอันดับแรกเนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการณ์สนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานมากที่สุด และในระยะยาวควรมีการสนับสนุนในการพัฒนาความผูกพันในงานด้านการอุทิศตนในการทำงาน รวมถึงการพัฒนาบรรยากาศในการให้บริการควบคู่กันไปถึงจะเกิดผลดีต่อองค์กรมากที่สุด ซึ่งผู้ศึกษาใคร่ขอเสนอแนะกลยุทธ์การเสริมสร้างพฤติกรรมการณ์สนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานรวมถึงกลยุทธ์การเสริมสร้างปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์สนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในแต่ละประเด็นดังนี้

5.4.1 กลยุทธ์การเสริมสร้างพฤติกรรมการณ์สนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน

ส่งเสริมด้านการตามใจลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่าพนักงานมีการตามใจลูกค้า โดยมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับสูงสุด ดังนั้นผู้บริหารจึงควรรักษาจุดแข็งนี้เอาไว้โดยให้การส่งเสริมในปัจจัยย่อยต่าง ๆ ได้แก่ ส่งเสริมให้พนักงานชอบทำให้ลูกค้ามีความสุข ส่งเสริมด้านการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ และส่งเสริมให้พนักงานชอบช่วยเหลือปัญหาให้ลูกค้า อย่างสม่ำเสมอ

ส่งเสริมด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว

ผลการศึกษาพบว่าพนักงานมีการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า โดยมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับสอง ดังนั้นผู้บริหารจึงควรรักษาจุดแข็งนี้เอาไว้โดยให้การส่งเสริมในปัจจัยย่อยต่าง ๆ ได้แก่ ส่งเสริมให้พนักงานยิ้มให้กับลูกค้าทุกคน และส่งเสริมให้มีการพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ส่งเสริมด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่าพนักงานมีการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า โดยมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับสาม ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าให้มากขึ้น โดยให้การส่งเสริมในปัจจัยย่อยต่าง ๆ ได้แก่ ส่งเสริมให้พนักงานช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ส่งเสริมให้พนักงานมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า และส่งเสริมให้พนักงานสามารถตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันท่วงที

ส่งเสริมด้านการอ่านใจลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่าพนักงานมีการอ่านใจลูกค้า โดยมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมการอ่านใจลูกค้าให้มากที่สุด โดยเน้นการ

ส่งเสริมในปัจจัยย่อยต่าง ๆ ได้แก่ ส่งเสริมให้พนักงานเข้าอกเข้าใจลูกค้า และส่งเสริมให้พนักงานมีความสนใจลูกค้าอยู่เสมอ

สรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีพฤติกรรมในการสนองตอบต่อลูกค้าเป็นหลัก

ในการรับพนักงานเข้าทำงานใหม่ บริษัทควรคัดพนักงานที่มีทัศนคติในการให้บริการที่ดีและมีลักษณะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมในการสนองตอบต่อลูกค้าเป็นหลัก เช่น มีใจรักบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส เข้ามาทำงาน เนื่องจากการอบรมพนักงานในด้านทัศนคติหรือความมีอริยาไยที่ดี มีใจรักบริการนั้น ทำได้ยากกว่าการอบรมด้านเทคนิคและความสามารถ (Kotler, Brown and Makens, 1996) และการคัดเลือกบุคคลากรในธุรกิจบริการนั้นควรให้ความสำคัญด้านทัศนคติและบุคลิกภาพเป็นหลัก (Schlesinger, 1993) โดยบริษัทอาจจัดให้มีการทำแบบสอบถามที่ประกอบด้วย องค์ประกอบทั้ง 4 ของพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน เช่นเดียวกับการศึกษาครั้งนี้ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์ และเพิ่มเกณฑ์การให้คะแนนด้านพฤติกรรมสนองตอบต่อลูกค้าเพื่อคัดเลือกคนที่มีลักษณะของผู้ที่มีพฤติกรรมในการสนองตอบต่อลูกค้าเข้ามาทำงาน โดยพิจารณาจากคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. พนักงานต้องมีการตามใจลูกค้า ชอบทำให้ลูกค้ารู้สึกพิเศษ ราวกับว่าตัวเองคือลูกค้าคนสำคัญคนหนึ่งของผู้ให้บริการ ชอบช่วยลูกค้าแก้ปัญหาต่าง ๆ ชอบทำให้ลูกค้ามีความสุข
2. พนักงานต้องสามารถอ่านใจลูกค้า สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีความสนใจลูกค้า สามารถตีความและอ่านจากภาษากายของลูกค้าได้
3. พนักงานต้องมีการส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้า พนักงานต้องสามารถปฏิบัติและให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทำให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างสบายใจ ไม่มีอึดอัดใจ
4. พนักงานต้องชอบสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า พนักงานต้องมีบุคลิกชอบการยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานต้องชอบพูดคุยกับลูกค้า สามารถสร้างความคุ้นเคย และสามารถติดต่อกับลูกค้าได้แบบเป็นกันเอง

เพิ่มหลักสูตรการอบรมพนักงานให้ครอบคลุมพฤติกรรมการตอบสนองต่อลูกค้าทั้ง 4 องค์ประกอบ โดยเน้นหลักสูตรการพัฒนาด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า และด้านการอ่านใจลูกค้า

หลังจากที่รับพนักงานเข้ามาทำงานแล้วฝ่ายบริหารควรจัดให้มีการอบรมพนักงานเบื้องต้น โดยเฉพาะพนักงานที่มีอายุน้อยทุกคนให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปของบริษัท

และให้สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของลูกค้า อย่างเช่น สามารถให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทแก่ลูกค้าได้ ตั้งแต่เริ่มทำงาน นอกจากนี้ควรจัดให้มีการอบรมพนักงานในการให้บริการอย่างเป็นระบบ และขึ้นต้นตามแบบแผน โดยควรแบ่งวิธีการสอนตามระดับอายุงาน และควรมีการทดสอบและวัดผลพนักงานภายหลังที่เข้ารับการอบรมแล้วอย่างสม่ำเสมอ สำหรับหลักสูตรการอบรมพนักงานควรแบ่งเป็นภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติโดยการให้พนักงานได้เข้าร่วมในสถานการณ์จริง ทั้งนี้ ต้องมีผู้ฝึกสอนคอยดูแล และให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเห็นภาพอย่างเป็นรูปธรรม โดยหลักสูตรการอบรมต้องครอบคลุมพฤติกรรม การตอบสนองต่อลูกค้าทั้ง 4 ด้านดังนี้

1. **หลักสูตรการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า** จัดอบรมให้พนักงานได้เห็นตัวอย่าง การให้บริการลูกค้าอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายใจ และไม่อึดอัดใจ
2. **หลักสูตรการอ่านใจลูกค้า** จัดอบรมให้พนักงานได้เข้าใจถึงวิธีการอ่านใจลูกค้า และการรู้จักตีความความต้องการของลูกค้าจากภาษากาย
3. **หลักสูตรการตามใจลูกค้า** จัดอบรมให้พนักงานทราบวิธีการแก้ปัญหาให้ลูกค้า อย่างมีประสิทธิภาพ และวิธีการทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจว่าได้รับการสนองตอบอย่างถูกต้อง
4. **หลักสูตรการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว** จัดอบรมให้พนักงานได้เข้าใจ จากการเห็นตัวอย่างการสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับลูกค้า และการพูดคุยกับลูกค้าอย่างเป็นกันเองได้ รวมถึงการปฏิบัติตนในการให้บริการที่ดี

การให้ความสำคัญของหลักสูตรการอบรมนั้น ควรมุ่งเน้นหลักสูตรการพัฒนา ด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า และหลักสูตรการอ่านใจลูกค้า เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่พนักงาน ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด มีความคิดเห็นในระดับต่ำที่สุด และเมื่อพนักงานได้ผ่านหลักสูตรการอบรมและเห็นตัวอย่างจากสถานการณ์จริงแล้ว ควรให้พนักงานได้ลองปฏิบัติจริง โดยต้องมีรุ่นพี่ หรือผู้ที่มีประสบการณ์คอยควบคุม และให้คำปรึกษาเมื่อพนักงานผู้เข้าอบรมต้องการ

เพิ่มหลักเกณฑ์การวัดผลงานโดยเพิ่มตัวชี้วัด (KPI) ด้านพฤติกรรม การให้บริการลูกค้าของพนักงานทั้งสี่องค์ประกอบ ได้แก่ การตามใจลูกค้า การอ่านใจลูกค้า การส่งมอบบริการให้กับลูกค้า และการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า

ฝ่ายบริหารควรวางแผนความก้าวหน้าทางอาชีพ (Career Path) โดยผนวกเอา มาตรฐานการให้บริการและการพฤติกรรม การให้บริการเข้าเป็นหลักเกณฑ์หนึ่งในการเติบโตทาง

ตำแหน่งหน้าที่การงานของพนักงาน ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าในทุก จังหวะการทำงานของตน อย่างไรก็ตาม ฝ่ายบริหารจะต้องกำหนดหลักเกณฑ์การวัดผลงานและ ตัวชี้วัดผลงาน (KPI) ทั้งสี่องค์ประกอบได้แก่ การตามใจลูกค้า การอ่านใจลูกค้า การส่งมอบบริการ ให้กับลูกค้า และการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า ที่ชัดเจนเพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจและ สามารถปฏิบัติได้ถูกต้องและสอดคล้องกับนโยบายของบริษัท

ปัจจัยที่ควรเน้นส่งเสริมให้กับพนักงานชาย

ในด้านการตามใจลูกค้า ควรส่งเสริมให้พนักงานชายทำให้ลูกค้าพึงพอใจ และ ส่งเสริมให้มีการช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ลูกค้ามากขึ้น ด้านการอ่านใจลูกค้าในควรส่งเสริมให้ พนักงานชายมีการสนใจลูกค้ามากขึ้น ในด้านการส่งมอบบริการควรส่งเสริมให้พนักงานให้บริการ ลูกค้าได้อย่างมีความสุข ในด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวควรส่งเสริมการยิ้มให้กับลูกค้า และ การพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าในพนักงานชายให้มากขึ้น

ปัจจัยที่ควรเน้นส่งเสริมให้กับพนักงานที่มีอายุน้อยกว่า 4 ปี

พนักงานกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 4 ปี นั้นควรมีการส่งเสริมปัจจัยของพฤติกรรม การสนองตอบต่อลูกค้าในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตามใจลูกค้า ด้านการอ่านใจลูกค้า ด้านการส่ง มอบบริการ และ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว

5.4.2 กลยุทธ์การเสริมสร้างความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน สามารถกำหนด พฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าในด้านการตามใจลูกค้า การอ่านใจลูกค้า และด้านการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ ดังนั้นองค์กรควรส่งเสริมพนักงานในปัจจัยย่อยของความมุ่งมั่นทุ่มเท ในการทำงาน ดังต่อไปนี้

ส่งเสริมให้พนักงานมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของตนเอง

พัฒนาหลักสูตรการอบรมที่เหมาะสมกับลักษณะและตำแหน่งงานของพนักงาน ให้มี ความน่าสนใจ อย่างต่อเนื่องและมีการประเมินผลและใช้เป็นเกณฑ์หนึ่งในการวัดผลงานประจำปี ของพนักงาน

ส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงาน ให้สวยงาม น่าทำงานและเอื้อแก่การทำงานได้อย่างสนุกสนาน และทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน

โดยมีการปรับแต่งห้องทำงานหรือเก้าอี้ทำงานที่มีความเหมาะสม สวยงาม น่าทำงาน สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดึงดูดพนักงานในการทำงาน สร้างความรู้สึกให้พนักงานอยากไปทำงานมากขึ้น รู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน สามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงาน ในแต่ละวัน

5.4.3 กลยุทธ์การเสริมสร้างการอุทิศตนในการทำงาน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการอุทิศตนในการทำงาน สามารถกำหนดพฤติกรรม การสนองตอบต่อลูกค้าด้านการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าได้ โดยองค์กรควรเน้นส่งเสริมในปัจจัยย่อยของการอุทิศตนในการทำงานดังต่อไปนี้

ส่งเสริมให้พนักงานมีความภูมิใจในงานที่ทำ ทำให้พนักงานรู้สึกว่างานทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

ผู้บริหารระดับสูงควรให้พนักงานในทุกระดับมีความรู้สึกว่างานของตนนั้นมีความสำคัญและมีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของทีมงาน และมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนการดำเนินงานในระดับปฏิบัติการ โดยการจัดประชุมอย่างน้อย ไตรมาสละหนึ่งครั้งเพื่อแจ้งนโยบาย และผลการดำเนินงานของบริษัทให้พนักงานทราบ โดยอาจกล่าวเน้นชมเชยผลการทำงานที่ดีเยี่ยมในแต่ละแผนก นอกจากนั้น ยังควรเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น และสามารถวิพากษ์วิจารณ์ต่อทิศทางการดำเนินนโยบายของบริษัท รวมถึงให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาบริษัททั้งในด้าน ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการลูกค้าได้อย่างเต็มที่ นอกจากนั้นในระดับย่อยลงไปในแต่ละแผนกหัวหน้าแผนกควรให้พนักงานในระดับล่างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงานของหน่วยงานที่ตนทำงานอยู่ โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของงานและทีมงาน และตระหนักในคุณค่า และความสำคัญของงานที่ตนทำในการที่จะนำพาองค์กรไปสู่จุดมุ่งหมายได้

ส่งเสริมการมอบหมายงานที่มีความท้าทายเหมาะสมกับความสามารถของพนักงาน

ผู้บริหารควรส่งเสริมให้หัวหน้างานมีการมอบหมายงานที่ท้าทายความสามารถของพนักงาน ตามความเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างการอุทิศตนในการทำงาน

นอกจากนี้องค์การอาจมีการปรับปรุงโครงสร้างของสวัสดิการพนักงาน โดยเน้นเป็นระบบขั้นบันไดตามอายุการทำงานให้ชัดเจน และประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรับทราบโดยทั่วกัน เพื่อส่งเสริมการอุทิศตนในการทำงานของพนักงาน โดยองค์การควรมีการจัดระบบสวัสดิการให้พนักงานโดยปรับเป็นระบบขั้นบันไดตามอายุการทำงานของพนักงาน รวมทั้งแจ้งให้พนักงานรับรู้โดยทั่วกันถึงระบบสวัสดิการดังกล่าว เช่น ปรับปรุงอัตราส่วนเงินสมทบของเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ให้กับพนักงานที่มีอายุงานสูง ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าของพนักงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันในงานของตน ซึ่งจะนำไปสู่ความรู้สึกอยากทำประโยชน์ให้กับองค์การและมีการอุทิศตนในการทำงาน

5.4.4 กลยุทธ์การเสริมสร้างบรรยากาศในการให้บริการ

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าสามารถกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบของลูกค้าของพนักงานด้านการอ่านใจลูกค้า ได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยแสดงให้เห็นว่า พนักงานในองค์การรับรู้ว่าจะได้รับการยกย่อง และได้รางวัลเป็นการตอบแทน เมื่อสามารถให้บริการได้เป็นอย่างดี และรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองมีความรู้ และความเข้าใจถึงมาตรฐานในการให้บริการขององค์การที่ตนทำงานอยู่เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามพนักงานยังมีความรู้สึกว่าคุณภาพการบริการโดยรวมยังไม่อยู่ในระดับยอดเยี่ยม และบริษัทยังขาดการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และองค์การยังขาดการสนับสนุนในการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ ดังนั้นจึงควรเน้นส่งเสริมการสร้างบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าในด้านการตรวจสอบและวัดผลคุณภาพการให้บริการ โดยรวมของบริษัท รวมถึงมีการกำหนดหลักเกณฑ์ และขั้นตอนที่ชัดเจนในการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ปรับปรุงและจัดเตรียมอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการให้บริการและยังคงรักษาระบบการยกย่องและให้รางวัลแก่พนักงานที่ให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมต่อไป นอกจากนี้ผู้นำองค์การหรือผู้บริหารระดับสูงควรเป็นผู้ริเริ่มในการสร้างวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าให้กับองค์การ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงใคร่ขอเสนอแนะเป็นกลยุทธ์ในการเสริมสร้างบรรยากาศในการให้บริการ ดังต่อไปนี้

เพิ่มการลงทุนในด้านการจัดเตรียมเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยี ที่จะช่วยให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ฝ่ายบริหารควรมีการลงทุนเพื่อพัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยี ที่จะช่วยให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยขั้นแรกฝ่ายบริหารควรสำรวจความเห็น และข้อเสนอแนะจากพนักงานว่าต้องการให้พัฒนาเทคโนโลยีในด้านใดบ้าง อาทิ เพิ่มอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือจัดทำแหล่งรวมข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจที่ครบถ้วน และทันเหตุการณ์ (Online) เพื่อให้สามารถตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างทันทั่วทั้งที่ หรือเพิ่มระบบการเก็บข้อมูลลูกค้าที่ทันสมัย เช่น มีระบบแจ้งเตือนเมื่อถึงวันที่เงินของลูกค้าครบอายุ ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานสามารถบริหารจัดการข้อมูลของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเมื่อได้รับข้อเสนอแนะจากพนักงานแล้ว ฝ่ายบริหารควรนำข้อเสนอของพนักงานมาพิจารณาว่าควรหรือไม่ควรปฏิบัติข้อใด และจัดลำดับความสำคัญของข้อเสนอแนะแต่ละตามประโยชน์ที่จะได้รับ

ตรวจสอบและวัดผลคุณภาพการให้บริการโดยรวมของพนักงานและแจ้งผลการประเมินให้พนักงานทราบอย่างสม่ำเสมอ

ฝ่ายบริหารควรมีการตรวจสอบและวัดผลคุณภาพการให้บริการโดยรวมของบริษัท รวมถึงมีการกำหนดหลักเกณฑ์ และขั้นตอนที่ชัดเจนในการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ โดยหลังจากวัดผลคุณภาพการให้บริการโดยรวมของพนักงานควรมีการแจ้งให้พนักงานทราบถึงระดับคุณภาพการให้บริการโดยรวม พร้อมทั้งนำเสนอให้เห็นถึงจุดบกพร่อง ของการให้บริการและวิธีการปรับปรุง โดยวิธีการวัดผลคุณภาพการให้บริการอาจทำเป็นแบบสอบถามถึงความรู้สึกที่มีต่อบริการหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้ว เช่น ขอความร่วมมือลูกค้าในการกรอกแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อบริการ เมื่อลูกค้ามีการซื้อขายหน่วยลงทุนฝ่ายทางเคาท์เตอร์ หรือเพิ่มระบบการกดให้คะแนนความพึงพอใจพนักงานที่ให้บริการลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์

ปรับปรุงพัฒนาระบบการยกย่องผลงานและให้รางวัลแก่พนักงานที่ให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมให้มีความชัดเจนและมีความเป็นรูปธรรม อย่างสม่ำเสมอ

หลังจากที่มีการวัดผลการดำเนินงานปฏิบัติของพนักงานแล้ว ฝ่ายบริหารควรพิจารณาถึงการปรับปรุงพัฒนาระบบการยกย่องผลงาน และระบบการให้ผลตอบแทนหรือรางวัลให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพื่อให้พนักงานทุกคนมีเป้าหมายและรู้สึกมีกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่ของตนให้ดียิ่งขึ้น โดยระบบการให้ผลตอบแทนนั้นควรเน้นเป็นการจูงใจทางสังคม

จากแนวคิดที่ว่ามนุษย์เป็นบุคคลแห่งสังคม (Social person) ซึ่งได้รับการจูงใจโดยความต้องการทางสังคม หรือต้องการได้รับรางวัลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพกับงานที่ปฏิบัติและตอบสนองต่อกลุ่มทำงานหรือความพึงพอใจของเพื่อนร่วมงาน เช่นการยกย่องผลงาน ซึ่งจะเป็นการสร้างพฤติกรรมที่ยั่งยืนและยาวนานมากกว่าการจูงใจแบบเดิมที่ใช้การกระตุ้นโดยเงินจากแนวความคิดมนุษย์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic person) (ปราชญา กกล้าผจญ และอภัยศรี พลอดเปลี่ยว, 2544) หรือจากการควบคุมกำกับดูแลของฝ่ายบริหารจัดการ ซึ่งอาจกระตุ้นได้เพียงระยะสั้น โดยฝ่ายบริหารอาจมีการจัดงานประกาศให้รางวัลแก่พนักงานดีเด่นด้านการบริการประจำปี เพื่อให้เป็นแบบอย่างที่ดีแก่เพื่อนพนักงานในบริษัท เป็นการสร้างบรรยากาศในการให้บริการให้เกิดขึ้นในองค์กรอย่างยั่งยืน

สร้างวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าโดยเริ่มจากผู้นำองค์กรหรือผู้บริหารระดับสูง

ฝ่ายบริหารควรสร้างวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าเป็นหลักให้เกิดขึ้นในบริษัท เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการลูกค้า เน้นความสำคัญและการให้บริการลูกค้า โดยรวมเข้าเป็นพันธกิจขององค์กรเพื่อให้พนักงานทุกคนรับทราบโดยทั่วถึง โดยเริ่มจากผู้นำองค์กรหรือผู้บริหารระดับสูง เช่น ในการประชุมพนักงานประจำไตรมาส หรือในวาระทั่วไป ผู้นำการประชุมเช่น CEO ต้องสร้างการรับรู้ถึงความสำคัญปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าให้แก่พนักงาน โดยกล่าวเน้นย้ำอยู่เสมอ ซึ่งพนักงานรับรู้ว่ายฝ่ายบริหารหรือผู้นำในบริษัทให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้า เขาก็จะมีการรับรู้ถึงปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้าเชิงบวกเพิ่มขึ้นด้วย (Schneider and others, 1995; 1998; 2000)

5.4.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ศึกษาพฤติกรรมตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีอื่นหรือใช้ตัวแปรอื่นในการศึกษาเช่น ปัจจัยด้านผู้นำองค์กรหรือหัวหน้างาน ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น
2. ศึกษาพฤติกรรมตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน กับธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่มีลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการแตกต่างออกไป เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เพื่อเปรียบเทียบว่าผลของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อพฤติกรรมตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงานนั้นมีความเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร
3. ในการวัดระดับความคิดเห็นพฤติกรรมตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงานในครั้งต่อไปควรทำการเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อวัดระดับความคิดเห็นพฤติกรรม

การตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงานในมุมมองที่ลูกค้าเป็นผู้ประเมิน แทนการเก็บแบบสอบถามจากพนักงานที่ให้บริการ เนื่องจากเมื่อพนักงานรู้ว่าตนกำลังถูกประเมินผลหรือถูกสังเกตการณ์อยู่ก็อาจจะตอบแบบสอบถามโดยบิดเบือนให้ข้อมูลผิดไปจากความเป็นจริงมากกว่าในตอนที่ไม่มีคนคอยสังเกตการณ์ (Stephen, 1992) ซึ่งอาจทำให้ระดับความคิดเห็นที่สูงหรือต่ำกว่าความเป็นจริงและทำให้ผลการศึกษามีความคลาดเคลื่อนได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved