ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด

ผู้เขียน นายเอกพงษ์ ขัติยะ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงาน และศึกษาระดับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัด โดยทำการศึกษาจากพนักงานทั้งหมดจำนวน 115 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเชื่อมั่น ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และหาอำนาจพยากรณ์ของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันในงาน ($r = 0.791$) ปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการ ($r = 0.704$) และปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ($r = 0.667$) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพบว่าปัจจัยด้านความผูกพันในงาน ($\beta = 0.524$) และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการ ($\beta = 0.206$) สามารถทำนายระดับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานนั้นไม่สามารถทำนายระดับพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานได้ นอกจากนี้ปัจจัยด้านเพศยังมีผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในด้านการสร้างสัมพันธ์ส่วนตัว และปัจจัยด้านอายุงาน มีผลต่อพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้าของพนักงานในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในด้านพฤติกรรมการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้บริการพบว่า พนักงานในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ไทย) จำกัดมีพฤติกรรมการสนองตอบต่อลูกค้า โดยมีลักษณะของพฤติกรรมในการตามใจลูกค้า ชอบทำให้ลูกค้ามีความสุขและทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนพิเศษ มีความคุ้นเคยและชอบพูดคุยสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า ชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า มีความสนใจและสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ให้บริการลูกค้าอย่างสบายใจและเป็นกันเอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Intime Customer-orientation Behavior of Staffs at UOB Asset Management (Thai) Company Limited

Author Mr. Eakapong Kattiya

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

The objectives of this independent study were to study factors affecting customer-orientation behavior and examine level of customer-orientation behavior of staff at UOB Asset Management (Thai) Company Limited. The data was obtained by collecting questionnaires from 115 staffs at UOB Asset Management (Thai) Company Limited and was analyzed by using frequency, percentage, mean, reliability score, analysis of Pearson's correlation coefficient and linear regression.

The results of this study have shown that job engagement ($r = 0.704$), service climate ($r = 0.791$), and self-efficacy ($r = 0.667$) were positively related to customer-orientation behavior at the .01 level of significance. Job engagement ($\beta = 0.524$) and service climate ($\beta = 0.206$) could predict customer-orientation behavior at the .05 level of significance, however, customer-orientation behavior could not be predicted by self-efficacy. Moreover, at the .05 level of significance, sex significantly affected to customer-orientation behavior in personal relationship facet while work period significantly affected to customer-orientation behavior in all facets. The result also illustrated that Staffs at UOB Asset Management (Thai) Company Limited have high level of customer-orientation behavior, making customer feel special as if each customers were privileged to company, creating personal relationship and eager to be intimate with customer on a personal level, be able to understand and fulfill the customer's requirement quickly, listen to the customer closely, perform the service task correctly and making customer feel comfortable.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved