

ทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด

Customer service attitude of customer service staff, Shopee (Thailand) Co., Ltd.

จิตติมาศ แยมสุคนธ์^{1*} และ อนรรักษ์ ไกรยุทธ²

¹สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

* ผู้รับผิดชอบบทความ

Jittimas Yamsukhon^{1*} and Anurak Kraiyuth²

E-mail: Jittimas.jib@gmail.com¹, dranurak.k@gmail.com²

¹Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

²Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

* Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปร Chi-Square Test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Spearman Correlation โดยคำนวณนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 25 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท ประสบการณ์ทำงาน 4-6 ปี ระดับความคิดเห็นของทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความรู้สึก ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งสามด้าน มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ทำงาน ของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นการจัดการทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อพัฒนาความสามารถควรเน้นทั้งสามด้าน ด้านความรู้สึก ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม

คำสำคัญ : ทัศนคติ

ABSTRACT

Research on prospective target customers Shopee (Thailand) Co., Ltd., where they (1) seek to explore targeted goals (Thailand) Co., Ltd. (2) delve into the relationship between program and program conflicts. Disrupt prospective customers in the future. Shopee (Thailand) Co., Ltd. Research of the researcher from a sample of 400 sets. The instrument used to collect data from the sample group was a questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage analysis, mean, standard deviation. The correlation analysis between Chi-Square Test variables and Spearman Correlation correlation coefficient was statistically significant at the 0.05 level. The results showed that Most of the respondents were female, under 25 years of age, with education below a bachelor's degree. Average monthly income less than 20,000 baht, working experience 4-6 years, opinion level of customer service attitude of customer service staff, Shopee (Thailand) Co., Ltd. overall is at the highest level. when considering each aspect found that the feeling cognitive and behavioral It is at the highest level in all three areas. correlated with educational level Average monthly income and work experience Of the customer service staff, Shopee (Thailand) Co., Ltd. was statistically significant at the 0.05 level. Therefore, the management of customer service attitudes of the customer service staff, Shopee (Thailand) Co., Ltd. to develop competence should focus on all three. side feeling cognitive and behavioral.

Keyoord : Attitude

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากปัจจุบันสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น จากการพัฒนาด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสาร เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต ความสะดวกรวดเร็วที่จากเทคโนโลยี ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าเทคโนโลยี เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกๆ ด้านมากขึ้น เป็นสาเหตุทำให้ปัจจุบันการซื้อขายสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากที่ต้องเดินทางไปเลือกซื้อสินค้านำร้าน ผู้คนหันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้การดำเนินธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มีการแข่งขันมากขึ้นในขณะเดียวกันก็ได้มีการพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินการที่สูงขึ้น ด้วยเช่นกัน เพราะหากองค์กรใดไม่สามารถพัฒนาขีดความสามารถขึ้นมาได้ โอกาสที่จะดำรงธุรกิจก็จะเป็นไปได้ยาก และสิ่งที่สำคัญขององค์กรก็คือ ตัวบุคคล (Man) ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในบรรดาทรัพยากรต่างๆ ประกอบด้วย

เงิน (Money) วัสดุ (Material) และ การบริหารจัดการ (Management) (ลีลา สีนานุเคราะห์, 2530, หน้า 129)
ที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ในด้านงานบริหารงานบุคคล หากพนักงานบริการลูกค้ามีทัศนคติที่ดี
ในการให้บริการลูกค้า จะทำให้การพัฒนาการบริการมีประสิทธิภาพ หากพนักงานบริการลูกค้ามีทัศนคติที่
ไม่ดี จะส่งผลให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ ทัศนคติ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อการ
ดำเนินการขององค์กร ดังนั้นองค์กรจึงให้ความสำคัญกับของทัศนคติพนักงานบริการลูกค้า ที่มีอิทธิพลต่อ
การบริการ บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด มีพนักงานบริการลูกค้า เป็นฝ่ายที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง
ช่วยสนับสนุนกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งช่วยให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีในการ
ใช้บริการ การบริการลูกค้าเป็นสิ่งที่ทำให้บริษัท โดดเด่นกว่ารายอื่น พนักงานบริการลูกค้า ของ
บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ยังพบปัญหาการร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการของพนักงานบริการลูกค้า
ทุกวัน การที่พนักงานบริการลูกค้ามีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ จะช่วยลดเรื่องร้องเรียนที่ลูกค้าร้องเรียนเข้า
มาเกี่ยวกับการให้บริการ และหากพนักงานบริการลูกค้ามีทัศนคติที่ดีแล้วนั้นจะสามารถ ดึงดูดลูกค้า
ใหม่ ๆ สร้างฐานลูกค้าที่ภักดีได้

ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สถิติการรับเรื่องราวร้องทุกข์ ไตรมาสที่ 4
จะเห็นได้ว่า ประเด็นที่ผู้บริโภคสอบถามเข้ามามากที่สุดคือ เรื่องสินค้าออนไลน์ ทางบริษัท ซ้อปปี
(ประเทศไทย) จำกัด ได้สังเกตเห็นว่า เป็นปัญหาหลักที่เกิดขึ้นต้องได้รับการแก้ไขอย่างมาก หากฝ่ายบริการ
ลูกค้ามีทัศนคติในการบริการลูกค้าที่ดีก็จะช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ หมดปัญหาการร้องทุกข์
กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ทัศนคติในการให้บริการลูกค้าจึงเป็นปัญหาหลักที่ บริษัท
ซ้อปปี (ประเทศไทย) ที่ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

ดังนั้นผู้วิจัยจึง ได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการ
ลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด โดยจะศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติในการให้บริการ
ลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด และ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย
ส่วนบุคคลกับทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด
ทัศนคติเป็นสิ่งที่อาจกล่าวได้ว่าเป็นนามธรรม อีกทั้งเป็นสิ่งที่สามารถสร้างเป็นการกระทำที่แสดงออกใน
ด้านดีหรือด้านลบ ทัศนคติสามารถจะช่วยกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมได้จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพราะเป็นสิ่ง
สำคัญที่จะทำให้้องค์กรสามารถดำเนินงานไปได้ตามเป้าหมาย อันเกิดจากพฤติกรรมบุคคลที่ผู้บริหาร
สามารถคาดการณ์พฤติกรรมของพนักงานได้ ซึ่งจะนำไปสู่ประสิทธิผลของการปฏิบัติงานที่ดี ใช้เป็น
แนวทางในการพัฒนาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า
บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซีอปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซีอปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติในการให้บริการลูกค้าที่ส่งผลต่อการบริการลูกค้าของ พนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซีอปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อประโยชน์ต่อการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซีอปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการทำงานเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรในอนาคต ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตเนื้อหา คือ แนวคิดและทฤษฎีทัศนคติ ด้านความรู้สึก, ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรม ที่เหมาะสมเพื่อวิเคราะห์ทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของ พนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซีอปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซีอปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 3,220 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คนของจำนวนประชากรทั้งหมด โดยใช้วิธีของทาโร่ ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ศึกษาจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซีอปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564

แนวคิด ทฤษฎี

กิบสัน (Gibson, 2000, p. 103) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นส่วนที่ยึดติดแน่นกับบุคลิกภาพของบุคคลเรา ซึ่งบุคคลเราจะมีทัศนคติที่เป็น โครงสร้างอยู่แล้ว ทางด้านความรู้สึก ความเชื่อ อันใดอันหนึ่ง โดยที่องค์ประกอบนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันซึ่งมีหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหนึ่งทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอีกองค์ประกอบหนึ่งซึ่งทัศนคติ 3 องค์ประกอบ มีดังนี้

1. ความรู้สึก (Affective) องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึกของทัศนคติ คือ การได้รับการถ่ายทอด การเรียนรู้มาจากพ่อ แม่ ครูหรือกลุ่มของเพื่อน ๆ

2. ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจของทัศนคติ จะประกอบด้วย การรับรู้ของบุคคล ความคิดเห็น และความเชื่อของบุคคล หมายถึงกระบวนการคิดซึ่งเน้นไปที่การใช้เหตุผล และตรรกะองค์ประกอบที่สำคัญของความรู้ ความเข้าใจ คือ ความเชื่อในการประเมินผลหรือความเชื่อที่ถูก ประเมินผลไว้แล้ว โดยตัวเองประเมิน ซึ่งความเชื่อเหล่านี้จะแสดงออกมาจากความประทับใจในการชอบ หรือไม่ชอบ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นรู้สึกต่อสิ่งของหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

3. พฤติกรรม (Behavioral) องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจของทัศนคติจะหมายถึงแนว โน้ม หรือความตั้งใจ (Intention) ของคนที่ว่าจะแสดงบางสิ่งบางอย่างหรือที่จะกระทำ (ประพฤติ) บางสิ่งบางอย่าง ต่อคนใดคนหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เป็นมิตร ให้ความอบอุ่นก้าวร้าวเป็นศัตรู เป็นต้น โดย ที่ความตั้งใจนี้อาจจะถูกวัดหรือประเมินออกมาได้จากการพิจารณาองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของ ทัศนคติ

ชวนะ ภากานนท์ (2527, หน้า 24) กล่าวว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติ ได้ 3 ประเภทคือ

1. ทัศนคติเชิงบวกเป็นทัศนคติที่ชักนำ ให้บุคคลแสดงออกมามีความรู้สึก หรือ อารมณ์จากสภาพจิตใจ โดดอบในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การดำเนินการ ขององค์การ หรืออื่นๆ

2. ทัศนคติเชิงลบหรือไม่ดี เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทาง เสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความ เชื่อถือหรือไว้วางใจอาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชัง ต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การดำเนินการ ขององค์การ หรืออื่นๆ

3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบันองค์กร หรืออื่นๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติทั้งสามประเภทนี้ บุคคลอาจมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับ ความมั่นคงในเรื่องความเชื่อความรู้สึกนึกคิดหรือค่านิยมและอื่นๆที่มีต่อบุคคล สิ่งของการกระทำ หรือ สถานการณ์ เป็นต้น ซึ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้ แสดงออกมาในรูปของความเห็น ร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ” ต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีการวิจัยการศึกษาครั้งนี้รูปแบบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดย ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Research) แนวคิดทฤษฎี และศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปบี (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 3,220 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คนของจำนวนประชากร ทั้งหมด โดยใช้วิธีของทาโร่ ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยเพื่อพิจารณาแบบสอบถามและเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง ความครอบคลุมด้านเนื้อหาและความถูกต้องของสำนวนภาษา หากำดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการด้วยการวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) และผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ระดับความเชื่อมั่น โดยใช้การคำนวณหาค่าที่น่าเชื่อถือด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยผลที่ได้มีค่า 0.97 และนำแบบสอบถามที่ได้ทำการทดสอบมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามแล้วนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณในการศึกษาครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงาน ของภาครัฐและเอกชน ได้แก่ การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือทางวิชาการ คุชณินิพนธ์ วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติอ้างอิง (inferential Statistics) ได้แก่ Chi-Square Test และ Spearman Correlation

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด สรุปได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.25 อายุต่ำกว่า ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.00 และ ประสบการณ์ทำงาน 4-6 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75

ตอนที่ 2 ผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด จากการบูรณาการกรอบแนวคิดทัศนคติ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพฤติกรรม ในระดับมากที่สุดอันดับแรก

($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาคือด้านความรู้สึก และด้านความรู้ความเข้าใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) ตามลำดับ โดยสรุปเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความรู้สึกอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า หากจะให้องค์กรเจริญเติบโต ควรจะใช้ความรู้ความสามารถที่มีปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ทุกครั้ง แสดงพฤติกรรมที่สุภาพเมื่อเผชิญหน้ากับลูกค้า แสดงออกถึงการยอมรับ พร้อมยินดีในผลสำเร็จของสมาชิกในทีม และเข้าใจ ยอมรับ การรับข้อมูลของผู้อื่น

2. ด้านความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า อธิบายถึงขอบเขตภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในงานของตน เปิดโอกาสในการค้นคว้าหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อกำหนดวิธีการทำงาน ได้อย่างเหมาะสม แยกแยะได้ว่าข้อมูลประเภทใดควรจะได้จากแหล่งข้อมูลใด อธิบายรูปแบบประเภทของสินค้าและบริการของบริษัทได้ ระบุถึงประโยชน์ที่จะได้จากการใช้บริการแอปพลิเคชันช้อปปิ้ง และมีความมั่นใจถึงผลลัพธ์ในทางบวกที่มีต่อการช่วยเหลือลูกค้า

3. ด้านพฤติกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า รายงานความคืบหน้าของงานให้หัวหน้ารับทราบ วางแผนการทำงานประจำวันของตนได้ และกำหนดวิธีการในการทำให้เป้าหมายของตนประสบผลสำเร็จ

ตอนที่ 3 ผลของความสัมพันธ์ทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ประสิทธิภาพการทำงาน โดยสรุปเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความรู้สึก มีความสัมพันธ์ในทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสิทธิภาพการทำงาน พบว่า

ช่วงระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความคิดเห็นกับทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ในทิศทางตรงกันข้าม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท ให้ระดับความคิดเห็นกับทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ในทิศทางตรงกันข้าม

ประสิทธิภาพการทำงานที่ต่ำกว่า 1 ปี ให้ระดับความคิดเห็นกับทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ในทิศทางตรงกันข้าม

2. ด้านความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์ในทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสิทธิภาพการทำงาน พบว่า

ช่วงระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความคิดเห็นกับทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ในทิศทางตรงกันข้าม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท ให้ระดับความคิดเห็นกับทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ในทิศทางตรงกันข้าม

ประสบการณ์ทำงานที่ต่ำกว่า 1 ปี ให้ระดับความคิดเห็นกับทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ในทิศทางตรงกันข้าม

3. ด้านพฤติกรรม มีความสัมพันธ์ในทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ทำงาน พบว่า

ช่วงระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความคิดเห็นกับทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ในทิศทางตรงกันข้าม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท ให้ระดับความคิดเห็นกับทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ในทิศทางตรงกันข้าม

ประสบการณ์ทำงานที่ต่ำกว่า 1 ปี ให้ระดับความคิดเห็นกับทัศนคติของการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ในทิศทางตรงกันข้าม

การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ด้านความรู้สึก เป็นประเด็นที่สำคัญของทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด การได้รับมอบหมายงานอย่างเสมอภาคจากหัวหน้างาน ข้อเสนอแนะความคิดเห็นต่าง ๆ ได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา ได้รับคำชมเชยและไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชา มีผลต่อความรู้สึกที่จะส่งผลต่อการทำงาน การใช้ความรู้ความสามารถที่มีปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ทุกครั้ง เข้าใจยอมรับการรับข้อมูลของผู้อื่น ควบคุมน้ำเสียง กิริยาท่าทางได้เมื่อสนทนากับลูกค้า ควบคุมอารมณ์เมื่อเผชิญหน้ากับเหตุการณ์ตึงเครียดในที่ทำงาน แสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นทั้งลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน กระตุ้น จูงใจ ให้สมาชิกในทีมกระตือรือร้นในการทำงาน กระตุ้น จูงใจ ให้สมาชิกในทีมมีความภาคภูมิใจในผลสำเร็จของงาน การแสดงพฤติกรรมที่สุภาพเมื่อเผชิญหน้ากับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ เมื่อต้องรับผิดชอบงานที่เร่งด่วน กล่าวยกย่องชมเชยถึงผลงานของสมาชิกในทีมที่แตกต่างกันไป เข้าใจในอารมณ์ ความต้องการของผู้อื่น การแสดงออกถึงการยอมรับ พร้อมยินดีในผลสำเร็จของสมาชิกในทีม เนื่องจากการได้รับชมเชยเป็นเครื่องยืนยันว่าทำได้ดี ถูกต้อง เป็นพลังในการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประทีป กองปัด (2559) กล่าวว่าพนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรและด้านพฤติกรรมการช่วยเหลือแตกต่างกัน และพนักงานที่มีระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้านความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน

2. ด้านความรู้ความเข้าใจ เป็นประเด็นที่สำคัญของทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด การแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อหาวิธีการทำงานที่เหมาะสม

กับหน้าที่ความรับผิดชอบ เปิดโอกาสในการค้นคว้าหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อกำหนดวิธีการทำงานได้อย่างเหมาะสมช่วยเหลือสมาชิกในทีม อธิบายข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานได้ ตอบข้อซักถามในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ตนรับผิดชอบ อธิบายถึงขอบเขตภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในงานของตน แยกแยะได้ว่าข้อมูลประเภทใดควรจะหาได้จากแหล่งข้อมูลใด อ้างอิงได้ถึงประสบการณ์ที่ดีและไม่ดีของตนให้กับสมาชิกในทีมรับรู้ได้ ระบุถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของข้อมูลต่าง ๆ ได้ อธิบายรูปแบบประเภทของสินค้าและบริการของบริษัทได้ ระบุถึงประโยชน์ที่จะได้จากการใช้บริการแอปพลิเคชันข้อปฏิบัติ ข้อข้อซักถามต่าง ๆ จากลูกค้าถึงสินค้าและบริการที่ตนดูแลรับผิดชอบได้ นำปัญหาของลูกค้ามาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขเมื่อพบปัญหาในครั้งถัดไป มีความมั่นใจถึงผลลัพธ์ในทางบวกที่มีต่อการช่วยเหลือลูกค้า วิเคราะห์แจกแจงปัญหาออกเป็นประเด็นได้อย่างถูกต้อง การเสนอแนะวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันหรือบริการประเภทต่างๆที่เหมาะสมแก่ลูกค้าได้ คนเราจะเรียนรู้ได้ต้องเกิดจากการตระหนักของตนเอง เนื่องจากพฤติกรรมในการเรียนรู้ที่เกิดจากความสนใจของตนเองจะเป็นการพัฒนาที่มีคุณภาพและไม่เกิดปัญหาในการจัดสรรเวลา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรภัทร์ จารุกำเนิดกนก (2553) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีการใช้ระบบพี่เลี้ยงเพื่อสอนงานให้กับเจ้าหน้าที่ใหม่ เพื่อเป็นต้นแบบที่ดี มีการหล่อหลอมพัฒนาตนเอง ผู้การเติบโตทางด้านความคิด เพื่อเป็นคนที่มีสมบูรณ์ทั้งกายและใจ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัครเดช ไม้จันทร์ (2560) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน คือ ความรู้และความเข้าใจในงานที่ทำ ความมั่นคงก้าวหน้าในงาน ขวัญและกำลังใจในการทำงาน และความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน

3. ด้านพฤติกรรม เป็นประเด็นที่สำคัญของทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ข้อปฏิบัติ (ประเทศไทย) จำกัด การกำหนดเป้าหมายในการทำงานของตนที่เฉพาะเจาะจงสามารถวัดได้ หาวิธีการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย ปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ไม่แสดงพฤติกรรมคำพูด ขัดจังหวะ ขณะฟังผู้อื่น การสร้างสัมพันธภาพในการทำงานเชิงบวกกับผู้อื่นเพื่อสนับสนุนให้เป้าหมายของตนบรรลุผลสำเร็จ จัดลำดับความสำคัญของงานประจำวันของตนได้ วางแผนการทำงานประจำวันของตนได้ กำหนดเป้าหมายของตนเองให้ตอบสนองต่อเป้าหมายของหน่วยงาน กำหนดวิธีการในการทำให้เป้าหมายของตนประสบผลสำเร็จ ประเมินผลการทำงานโดยเปรียบเทียบผลสำเร็จกับแผนงานที่กำหนดขึ้น หาสาเหตุที่ไม่สามารถทำงานได้ตามแผนที่กำหนดขึ้น ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการจัดเก็บข้อมูลและค้นหาข้อมูลไม่ยุ่งยาก แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นต่าง ๆ กับสมาชิกในทีม รายงานความคืบหน้าของงานให้หัวหน้ารับทราบ การควบคุมอารมณ์ พฤติกรรมของตนหากไม่พอใจในข้อมูลป้อนกลับที่ได้รับจากผู้อื่น เนื่องจากในการอยู่ร่วมกันมีเรื่องบวกและเรื่องลบสิ่งที่เป็นบวกคือพลังเสริมให้เรามุ่งมั่นไปข้างหน้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธัญธิดา ชิตสุรผล (2553) กล่าวว่า พฤติกรรมทำงานด้านการทำงานเป็นทีมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการทำงาน สัมพันธภาพระหว่างบุคคล และการยอมรับนับถือ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

1. การนำเสนอวิธีทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ควรแบ่งการจัดการออกเป็นกลุ่ม ๆ เน้นด้านความรู้สึก ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม แต่ละกลุ่มควรมีความหลากหลายของพนักงานเรื่องระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ทำงาน เพราะทั้งสามกลุ่มพนักงานมีระดับความคิดเห็น ที่สัมพันธ์กับทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ด้านความรู้สึก ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือพนักงานที่มีระดับการศึกษาน้อย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อย มีประสบการณ์ทำงานน้อย จะมีความรู้สึก ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมที่มาก เพราะเป็นช่วงแรกของการทำงานจึงต้องการการยอมรับจากองค์กรและลูกค้า ในขณะที่มีระดับการศึกษาสูง พนักงานที่มีรายได้สูง มีประสบการณ์ทำงานมาก จะมีความรู้สึก ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมที่น้อยกว่า เนื่องจากทำงานจนเป็นที่ยอมรับขององค์กรและลูกค้าแล้ว ซึ่งเมื่อทั้งสองกลุ่มได้มีการทำกิจกรรม หรือทำงานร่วมกัน จะทำให้เกิดการพูดคุย ปรึกษาหารือ และเข้าใจในกันและกันมากขึ้น ส่งผลให้เกิดพลังในการทำงานที่เพิ่มมากขึ้น และก่อประโยชน์ทางด้านแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์ต่อลูกค้าทีมงานและองค์กร

2. การวางกลยุทธ์การจัดการทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ควรคำนึงถึงปัญหาที่เกิดจากการทำงาน ความรู้ความเข้าใจในข้อมูลการทำงาน การสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งปัญหาเหล่านี้สามารถลดความผลกระทบที่มีการร้องเรียนการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า และความเสียหายได้ด้วยทัศนคติในการให้บริการที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้พนักงานมีความมั่นใจในงานของตนเอง ตระหนักได้ถึงปัญหาและความเสียหาย และมุ่งมั่นต่อการบริการเพื่อเป้าหมายขององค์กรเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยการศึกษาทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด หากผู้วิจัยท่านอื่นสามารถศึกษาการจัดการความรู้ของพนักงานบริการลูกค้า เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ก็จะสามารถเพิ่มศักยภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของพนักงานบริการลูกค้าได้

2. การวิจัยการศึกษาทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ หากผู้วิจัยท่านอื่นสามารถวิจัยเชิงคุณภาพ จะสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในเชิงลึกได้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การศึกษาทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ได้

3. การวิจัยการศึกษาการศึกษาทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด ครอบคลุมเฉพาะกลุ่มตัวอย่างบริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด หากมีการทำวิจัยในครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการวิจัยเพิ่มมากขึ้น เช่น บริษัทในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ เพื่อเป็นการเพิ่มฐานข้อมูลให้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น

4. การวิจัยการศึกษาการศึกษาทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล หากมีการทำวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการวิเคราะห์ความแตกต่างทัศนคติในการให้บริการลูกค้าของพนักงานบริการลูกค้า บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อจะได้ครบทุกมิติของการวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์

เอกสารอ้างอิง

กรภัทร์ จารุกำเนียดกนก. (2553). รายงานการวิจัยเรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์

ในองค์การสาธารณสุขประโยชน์ด้านสังคมสงเคราะห์เกี่ยวกับเด็กและสตรี. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2547). ทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม: การวัดการพยากรณ์ และการเปลี่ยนแปลง (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ชุตีระ ระบอบ และคณะ. (2552). ระเบียบวิธีวิจัย. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ณรงค์ โพธิ์พุกยานันท์. (2546). ระเบียบวิธีวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สัมฤทธิ์ ผลทรัพย์.

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2556). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 18).

นนทบุรี: เอส.อาร์.พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์.

นิติพล ภูตะโชติ. (2556). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประทีป กองปัด. (2559). รายงานการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการทำงานของพนักงาน บริษัท เนสท์เล่ (ไทย)

จำกัด นิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สถิติการรับเรื่องราวร้องทุกข์. (2563). สถิติการรับ เรื่องราวร้องทุกข์. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2564,

จากhttps://www.ocpb.go.th/more_news.php?cid=310