

องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการบริการของสาขานาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่
ดำเนินงานในประเทศไทย

The Influences of Learning Organization in Service Innovation of the International Bank's
Branches Operating in Thailand

อนงค์นารถ โสภิสเชื่อนขันธุ์ และอรไท ชั่วเจริญ²
Anongnart Sopitkhuenkhan and Orathai Chuacharoen

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของทีมให้บริการลูกค้าของสาขานาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้กับทีมให้บริการลูกค้าของสาขานาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย และ 3) เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการที่ประยุกต์ใช้ในทีมให้บริการลูกค้าของสาขานาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานในทีมให้บริการลูกค้าจาก 6 ธนาคาร จำนวน 180 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิและแบบเจาะจง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างจากแต่ละธนาคารจำนวน 30 คนเท่ากัน ใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ตัวสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, one-way ANOVA, Least Square Difference, และ Multiple Linear Regression โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ทีมให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการ และมีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี 2) ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) นวัตกรรมบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 4) พนักงานในทีมให้บริการลูกค้าที่มีเพศต่างกัน และมาจากธนาคารที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ในภูมิภาคที่ต่างกัน จะมีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมบริการได้ต่างกัน 5) พนักงานในทีมให้บริการลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน จะมีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมบริการได้ไม่ต่างกัน 6) องค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านการสร้างเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมบริการมากที่สุด และด้านการสร้างพลวัตของการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมบริการน้อยที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : องค์กรแห่งการเรียนรู้ นวัตกรรมบริการ สาขานาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ทีมให้บริการ

1 นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ; Graduate Student, Master of Business Administration program, Ramkhamhaeng University ; Email: anongnartsopit@gmail.com

2 อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ; Lecturer, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University ; Email: orathai_c@ru.ac.th

ABSTRACT

The purposes of this research are 1) to study the demographic factors of the international bank's branches service team in service innovation 2) to determine the level of learning organization applying with international bank's branches service team and 3) to determine the level of service innovation applying with international bank's branches service team. The sample group consisted of 180 staff of the service team from 6 international bank's branches. Stratified sampling method and purposive sampling method were used to equally divide the sample group into 30 staff per international bank's branch. The research instrument was the questionnaire. The collected data was analyzed by the relevant statistical method including frequency distribution, percentage, arithmetic mean, and standard deviation. Hypotheses testing was conducted by t-test, one-way ANOVA, Least Square Difference, and Multiple Linear Regression. The statistically significant level was determined at the level of 0.05

The findings showed that 1) Most of the sample group were women with an age range of 31-35 years old, graduating with bachelor's degree and entitled as officer level with work experience within 1-5 years. 2) Learning Organization was sentimentally high. 3) Service Innovation was sentimentally high. The results from hypotheses testing showed that 4) The differences in genders and the regions in which the headquarters of international bank's branches locate of the sample group contributed the differences in service innovation 5) The differences in age, education, job position, and work experience adversely contributed the indifference in Service Innovation 6) Learning Organization in the following two aspects: technology build-up and building learning dynamics had the most and the least influences on Service Innovation respectively at the statistically significant level of 0.05.

Keywords : Learning Organization, Service Innovation, International Bank's Branches, Service Team

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กลุ่มธุรกิจการเงินคือหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการทางการเงินเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการอย่างมาก ธนาคารพาณิชย์ได้ทำการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ขึ้นมาซึ่งได้กลายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบัน เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย อย่างไรก็ตาม การเข้ามาของเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology) หรือฟินเทค (FinTech) ทำให้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินได้ถูกยกระดับให้สูงขึ้นไปอีกขั้น ฟินเทคได้นำมาซึ่งประสิทธิภาพการให้บริการทางการเงินในส่วนที่เทคโนโลยี

แบบเดิมไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุมด้วยขีดจำกัดทางความชำนาญด้านเทคโนโลยี วัฒนธรรม องค์กร และแนวคิดการให้บริการแบบเดิมๆ หรือกฎเกณฑ์ที่ต้องปฏิบัติตามในฐานะของสถาบันการเงิน หนึ่งในพัฒนาการของฟินเทคที่เห็นได้ชัดคือการเกิดขึ้นของบริษัทฟินเทคเกิดใหม่หรือที่เรียกว่า ฟินเทคสตาร์ทอัพ (FinTech Startups) ที่มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและลักษณะการดำเนินธุรกิจ (Business Model) รูปแบบใหม่ ที่ให้บริการเฉพาะด้านและมีความคล่องตัวสูง กระจายตัวอยู่ในทั้งภูมิภาคเอเชียและยุโรป (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

จากการเปลี่ยนแปลงของทิศทางอุตสาหกรรมธนาคารข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวคิดขององค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ซึ่งมุ่งประเด็นของคนและความรู้ในการพัฒนาองค์กรให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยการบริหารจัดการความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ผสมกับแนวคิดของนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ซึ่งนำเสนอการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งมอบการบริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ของทีมให้บริการลูกค้าของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษามากำหนดแนวทางในการผลักดันการเรียนรู้พร้อมๆ กับการสร้างและพัฒนานวัตกรรมการให้บริการ เพื่อบริหารจัดการและรับมือกับการเปลี่ยนทิศทางของอุตสาหกรรมธนาคารที่มีผลพวงมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของทีมให้บริการลูกค้าของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้กับทีมให้บริการลูกค้าของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการที่ประยุกต์ใช้ในทีมให้บริการลูกค้าของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) หมายถึง องค์กรที่การดำเนินงานถูกขับเคลื่อนด้วยความรู้ โดยมีบุคลากรขององค์กรที่มีพฤติกรรมพร้อมที่จะเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทักษะ ประสบการณ์ต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและบรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร การเรียนรู้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีความยืดหยุ่นพร้อมเปิดรับความรู้ใหม่ๆ ที่มาจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีการบริหารจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้องค์กรได้ใช้ประโยชน์จากความรู้สูงสุด นำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ตามแนวคิดของ Michael J. Marquardt (2002) ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการสร้างพลวัตของการเรียนรู้ (Building Learning Dynamics) หมายถึง การผลักดัน การเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในทุกระดับขององค์กร เป็นการนำความรู้ที่มีอยู่แล้วในองค์กรรวมถึงการเปิดรับความรู้ใหม่ๆจากทั้งภายในและภายนอกมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ บุคลากรทุกคนในองค์กร ไม่หยุดนิ่งที่จะเรียนรู้และพร้อมที่จะแบ่งปันทักษะหรือประสบการณ์ของตนแก่ผู้อื่นและองค์กร โดยรวม

2. ด้านการเปลี่ยนแปลงขององค์กร (Organizational Transformation) หมายถึง การปรับ องค์กรใน 4 มุมมอง ได้แก่ วิสัยทัศน์ วัฒนธรรม กลยุทธ์ และโครงสร้างขององค์กร เพื่อนำไปสู่การเป็น องค์กรแห่งการเรียนรู้ บุคลากรทุกระดับมีมุมมองและแนวคิดของการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง รวมถึงได้รับการ สนับสนุนการเรียนรู้จากผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้การทำงานมีความล่องตัวสูงและสามารถแบ่งปัน ความรู้ได้อย่างอิสระ

3. ด้านการเพิ่มอำนาจแก่บุคคล (People Empowerment) หมายถึง การที่องค์กรมีส่วนร่วมและ เปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ในด้านต่างๆจากบุคลากรทั้งภายในและภายนอก ตั้งแต่ ระดับของผู้นำหรือหัวหน้างานและบุคลากรขององค์กร รวมไปถึงลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ หรือแม้กระทั่ง ชุมชนต่างๆในสังคม เพื่อขยายขอบเขตการเรียนรู้ให้กว้างขึ้นและสนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

4. การบริหารจัดการความรู้ (Knowledge Management) หมายถึง วิธีการในการจัดเก็บ ใช้ ประโยชน์ และถ่ายทอดความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อกระตุ้นบุคลากรทุกระดับให้เห็นถึงความสำคัญและ ประโยชน์ของความรู้ สนับสนุนวิธีการเรียนรู้และแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ คัดกรองและจัดเก็บความรู้ที่ตรงกับ ความต้องการและความจำเป็นของบุคลากรผู้ใช้งานอย่างเป็นระบบด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วย

5. การสร้างเทคโนโลยี (Technology Build-Up) หมายถึง การที่องค์กรนำเทคโนโลยี สารสนเทศที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างช่องทางการแสวงหาและเข้าถึงความรู้ได้อย่างรวดเร็วและ ตรงตามความต้องการของบุคลากร รวมถึงเป็นตัวช่วยให้การเรียนรู้ของบุคลากรเป็นไปอย่างรวดเร็วและมี คุณภาพ ทำให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพและช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานขององค์กร

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) หมายถึง การนำแนวคิดหรือวิธีการใหม่ๆที่มีความ สร้างสรรค์มาปรับใช้กับการให้บริการ โดยอาศัยการบูรณาการความรู้และศักยภาพของบุคลากรในองค์กร และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งมอบบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ขกระดับ คุณภาพของการให้บริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร ตามแนวคิดของ Pim den Hertog (2000) ประกอบไปด้วย 4 ด้านดังนี้

1. แนวคิดการให้บริการใหม่ (New Service Concept) หมายถึง การปรับเปลี่ยนการให้บริการ ขององค์กรใหม่ ด้วยการเพิ่มเติมรูปแบบหรือขั้นตอนการบริการที่จะอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากขึ้น

รวมถึงการลดทอนรูปแบบหรือขั้นตอนการบริการที่ไม่จำเป็นหรือไม่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริการ

2. ส่วนเชื่อมต่อลูกค้าใหม่ (New Client Interface) หมายถึง การสร้างช่องทางใหม่ในการติดต่อและสร้างปฏิสัมพันธ์ในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และทันเวลามากขึ้น การเชื่อมตอดังกล่าวเป็นไปได้ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Interaction) และเชิงระบบ (Systematic Interaction) ทำให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก อีกทั้งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. ระบบนำส่งบริการรูปแบบใหม่ (New Service Delivery System) หมายถึง การบริหารจัดการบุคลากรและระบบปฏิบัติการใหม่ให้มีความพร้อมและประสิทธิภาพในการให้บริการ บุคลากรได้รับการฝึกอบรมในการให้ข้อมูลและมีทักษะในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ ระบบปฏิบัติการมีการทดสอบและควบคุมอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการใช้บริการ

4. ตัวเลือกทางเทคโนโลยี (Technological Options) หมายถึง การเลือกใช้เทคโนโลยีใหม่ที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและตอบสนองความต้องการลูกค้า อีกทั้งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร

พรชิตา อังกินันท์ (2560) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ *แนวทางการพัฒนาองค์การประสิทธิทธิกรกิจธนาคารผู้*
องค์การแห่งการเรียนรู้ : กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรของ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 379 คน ผลการวิจัยพบว่า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) มีระดับของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับปานกลางในภาพรวม ในขณะที่การพิจารณาราย
ด้านพบว่า ด้านกระบวนการและการดำเนินการเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมมีระดับสูงที่สุดซึ่งเป็นด้านที่ศึกษาเกี่ยวกับ
การบริหารจัดการความรู้และการสร้างพลังของการเรียนรู้ รองลงมาคือด้านพฤติกรรมของผู้นำที่กระตุ้นการ
เรียนรู้ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และสุดท้ายคือด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง
เช่นเดียวกัน

Nzuve and Omolo (2012) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ *A study of the practice of the learning organization*
and its relationship to performance among Kenyan commercial banks โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นธนาคารพาณิชย์
ทั้งหมดที่มีรายชื่ออยู่ในเว็บไซต์ของธนาคารกลางเคนยา ผลการวิจัยพบว่า ระดับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศเคนยาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ร้อยละ 60.17 จึงเป็นสิ่งจำเป็น
ที่ธนาคารพาณิชย์ในประเทศเคนยาจะต้องวางแนวทางในการปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อให้พัฒนาไปสู่องค์กรแห่ง
การเรียนรู้ในระดับที่สูงขึ้นในอนาคต

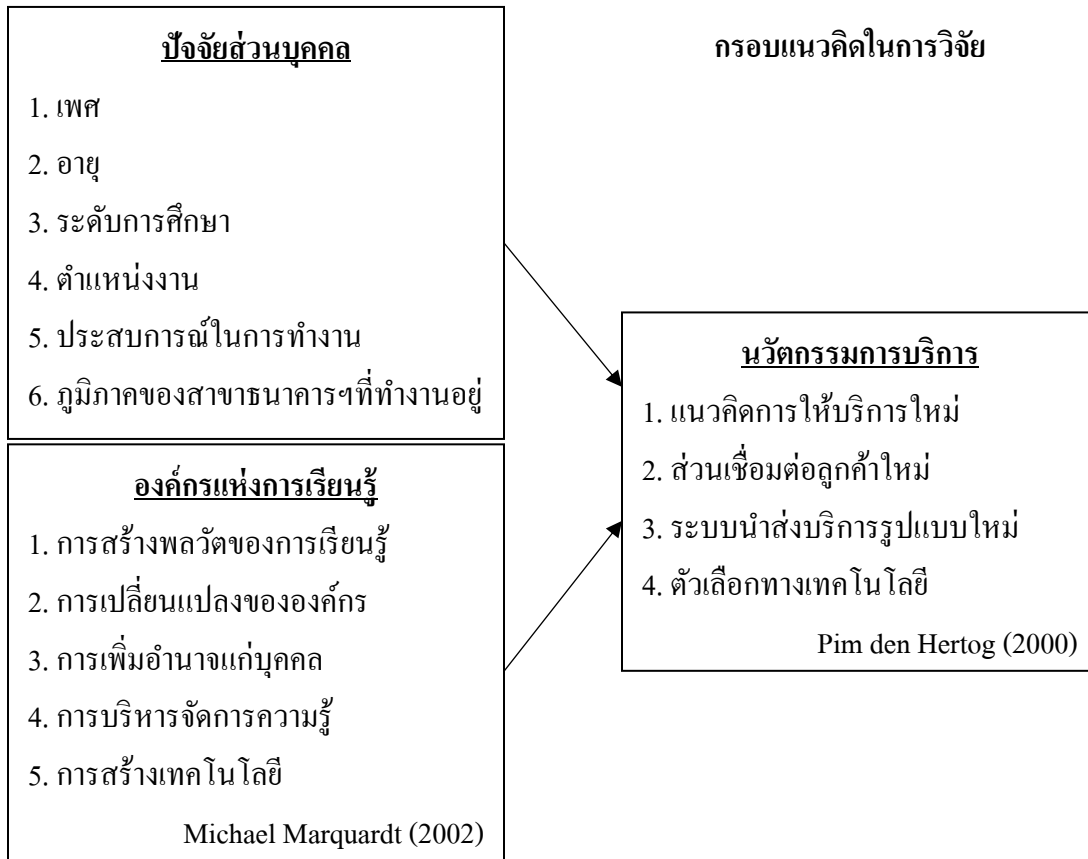
ชนิดากา ขำระหงษ์ (2562) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ *นวัตกรรมการบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันที่จอดรถ (Car Parking) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร* โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชัน Car Parking ซึ่งประกอบไปด้วยแอปพลิเคชัน park2go, แอปพลิเคชันบลูพาร์คกิ้ง และแอปพลิเคชัน ที่จอดรถ.com จำนวน 500 คนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมการให้บริการแอปพลิเคชันที่จอดรถโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งเป็นรูปแบบการบริการที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการส่งมอบบริการทำให้ธุรกิจทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่มีความแตกต่างกัน เพื่อค้นหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การบูรณาการความรู้ขององค์กรและการรับรู้คุณค่าของลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมการบริการ กล่าวคือ สมาชิกในองค์กรมีการแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อสร้างความร่วมมือในการนำส่งบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งรับข้อเสนอแนะจากลูกค้าเพื่อหาทางอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากขึ้น

Ramakrishna (2012) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ *Service Innovation in Banks for Sustainability* โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นธนาคารพาณิชย์ภาครัฐของประเทศอินเดีย 2 แห่ง และธนาคารพาณิชย์ภาคเอกชนของประเทศอินเดีย 2 แห่ง รวมเป็น 4 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า ธนาคารพาณิชย์ของประเทศอินเดียมีการสร้างสรรค์และปรับใช้นวัตกรรมบริการอย่างเต็มรูปแบบในทุกๆด้านครอบคลุมถึงแนวคิดการบริการ การสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ระบบนำส่งบริการ ต้นแบบของการสร้างรายได้และคุณค่าจากการบริการ และตัวเลือกลงเทคโนโลยีธนาคารฯ ได้ทำการผนวกนวัตกรรมบริการเข้ากับทิศทางและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจในอนาคต มุ่งเน้นลูกค้าและการนำส่งบริการเป็นสำคัญ ขยายขอบเขตการปรับใช้นวัตกรรมไปสู่แผนกอื่นๆ ในองค์กรอย่างทั่วถึง สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของนวัตกรรมบริการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศอินเดียอย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาเพื่อทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อดังกล่าวรวมถึงการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงสามารถกำหนดสมมติฐานและกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานในทีมให้บริการลูกค้าของสาขานาการพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมบริการที่แตกต่างกัน
2. ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้กับทีมให้บริการลูกค้ามีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมบริการของสาขานาการพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะของงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย จำนวน 11 สาขาธนาคาร รวมทั้งหมด 3,665 คน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ พนักงานในทีมให้บริการลูกค้าของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย ทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร (Finite Population) ด้วยหลักการของ Proper Solution และ Non-Convergence โดยคำนวณหาจำนวนตัวชี้วัดเฉลี่ยต่อตัวแปรแฝง (p/f) กำหนดให้ตัวชี้วัดเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4-6 ตัวและขนาดตัวอย่าง 100 ตัวอย่างขึ้นไปซึ่งไม่มีสัดส่วน non-convergence เลย จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้เท่ากับ 180 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างขึ้นมา 6 สาขาธนาคารจากทั้งหมด 11 สาขาธนาคารด้วยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิและแบบเจาะจงที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 6 ด้าน ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีทั้งหมด 5 ด้าน รวม 25 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามนวัตกรรมบริการ มีทั้งหมด 4 ด้าน รวม 20 ข้อ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามด้วยการนำ

แบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านทำการประเมิน และนำไปวิเคราะห์ค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) โดยมีเกณฑ์ว่าค่า IOC ต้องไม่น้อยกว่า 0.5 จากการวิเคราะห์ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.971 ซึ่งมากกว่า 0.5 แบบสอบถามจึงมีความเที่ยงตรงและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน (Pre-test) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ทั้งรายด้านและภาพรวม โดยมีเกณฑ์ว่าค่า Cronbach's alpha ต้องมากกว่า 0.8 จากการคำนวณด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS พบว่า ด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้มีค่า Cronbach's alpha เท่ากับ 0.974 ด้านนวัตกรรมบริการมีค่า Cronbach's alpha เท่ากับ 0.967 และในภาพรวมมีค่า Cronbach's alpha เท่ากับ 0.984 ซึ่งมากกว่า 0.8 ดังนั้นแบบสอบถามจึงมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การวิเคราะห์ข้อมูลทำผ่าน โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (ทดสอบสมมติฐาน) ได้แก่ t-test , one-way ANOVA, Least Square Difference และ Multiple Linear Regression โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 62.22 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-35 ปี มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 31.11 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 63.89 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 57.78 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 และมาจากสาขาธนาคารฯ ที่มีสำนักงานใหญ่ดำเนินงานอยู่ในภูมิภาคเอเชีย ภูมิภาคยุโรป และภูมิภาคอเมริกา มีจำนวน 60 คนเท่ากันในแต่ละภูมิภาค คิดเป็นร้อยละ 33.3 ต่อภูมิภาค

ตาราง 1 ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้กับทีมให้บริการลูกค้าของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย

องค์กรแห่งการเรียนรู้	\bar{X}	SD	ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
1. การสร้างพลังของการเรียนรู้	3.997	0.5392	มาก
2. การเปลี่ยนแปลงขององค์กร	4.169	0.6075	มาก
3. การเพิ่มอำนาจแก่บุคคล	4.019	0.5212	มาก
4. การบริหารจัดการความรู้	4.090	0.5049	มาก
5. การสร้างเทคโนโลยี	4.039	0.5863	มาก
ภาพรวมองค์กรแห่งการเรียนรู้	4.063	0.4852	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ภาพรวมขององค์กรแห่งการเรียนรู้ของธนาคารฯ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.063$, $SD = 0.4852$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเปลี่ยนแปลงขององค์กร มีค่าสูงสุดโดยอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.169$, $SD = 0.6075$) และด้านการสร้างพลังของการเรียนรู้ มีค่าต่ำสุดโดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.997$, $SD = 0.5392$) ตามลำดับ

ตาราง 2 นวัตกรรมบริการที่ประยุกต์ใช้ในทีมให้บริการลูกค้าของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย

นวัตกรรมบริการ	\bar{X}	SD	การประยุกต์ใช้นวัตกรรมบริการ
1. แนวคิดการให้บริการใหม่	4.113	0.5562	มาก
2. ส่วนเชื่อมต่อลูกค้าใหม่	4.241	0.5459	มากที่สุด
3. ระบบนำส่งบริการรูปแบบใหม่	4.124	0.5724	มาก
4. ตัวเลือกทางเทคโนโลยี	4.009	0.5684	มาก
ภาพรวมนวัตกรรมบริการ	4.122	0.5160	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ภาพรวมของนวัตกรรมบริการของธนาคารฯ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.122$, $SD = 0.5160$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านส่วนเชื่อมต่อลูกค้าใหม่ มีค่าสูงสุดโดยอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.241$, $SD = 0.5459$) และด้านตัวเลือกทางเทคโนโลยี มีค่าต่ำสุดโดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.009$, $SD = 0.5684$) ตามลำดับ

ตาราง 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการสร้างนวัตกรรมบริการของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทยที่แตกต่างกัน

นวัตกรรมบริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	ตำแหน่งงาน	ประสบการณ์ในการทำงาน	ภูมิภาคของสำนักงานใหญ่
แนวคิดการให้บริการใหม่	1	0	0	0	0	1
ส่วนเชื่อมต่อลูกค้าใหม่	1	0	0	0	0	0
ระบบนำส่งบริการรูปแบบใหม่	1	0	0	0	0	0
ตัวเลือกทางเทคโนโลยี	1	0	0	0	0	1
ภาพรวมนวัตกรรมบริการ	1	0	0	0	0	1

หมายเหตุ: เลข 1 หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน เลข 0 หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากตาราง 3 พบว่า พนักงานในทีมให้บริการลูกค้าที่มีเพศต่างกัน และมาจากธนาคารฯที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ในภูมิภาคที่ต่างกัน จะสามารถสร้างนวัตกรรมบริการได้ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ในขณะที่อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน จะสามารถสร้างนวัตกรรม การบริการ ได้ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรม การบริการของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย

นวัตกรรมบริการ	องค์กรแห่งการเรียนรู้				
	การสร้าง พลวัตของการ เรียนรู้	การ เปลี่ยนแปลง ขององค์กร	การเพิ่ม อำนาจแก่ บุคคล	การบริหาร จัดการ ความรู้	การสร้าง เทคโนโลยี
แนวคิดการให้บริการใหม่	- 0.018	+ 0.351	+ 0.049	+ 0.486	+ 0.016
ส่วนเชื่อมต่อลูกค้าใหม่	- 0.017	+ 0.181	+ 0.102	+ 0.019	+ 0.444
ระบบนำส่งบริการรูปแบบใหม่	+ 0.118	+ 0.154	- 0.017	- 0.056	+ 0.647
ตัวเลือกทางเทคโนโลยี	+ 0.054	+ 0.095	+ 0.051	+ 0.110	+ 0.559
ภาพรวมนวัตกรรมบริการ	+ 0.034	+ 0.195	+ 0.046	+ 0.140	+ 0.417

หมายเหตุ: เครื่องหมาย + คือ มีอิทธิพลทางเดียวกัน เครื่องหมาย - คือ มีอิทธิพลทิศทางตรงกันข้าม

จากตาราง 4 พบว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านการสร้างเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรม การบริการมากที่สุด และด้านการสร้างพลวัตของการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมบริการน้อยที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและมี ตำแหน่งงานในระดับปฏิบัติการมากที่สุด ตามลำดับ และมีประสบการณ์ในการทำงาน 1–5 ปี

กลุ่มตัวอย่างมีการประยุกต์ใช้องค์กรแห่งการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นราย ด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการเปลี่ยนแปลงขององค์กร แสดงให้เห็นว่า ธนาคารให้ความสำคัญกับการเรียนรู้โดยมีวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงสร้างและวัฒนธรรมขององค์กรที่เอื้อให้ทีมให้บริการลูกค้าเกิดการ เรียนรู้ร่วมกัน

กลุ่มตัวอย่างมีการปรับใช้นวัตกรรมบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านส่วนเชื่อมต่อลูกค้าใหม่ กล่าวคือ ทีมให้บริการลูกค้าสามารถใช้ช่องทางใน การสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าได้ทั้งในเชิงภาพภาพและระบบอย่างมีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ความต้องการของ ลูกค้า

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและภูมิภาคของสำนักงานใหญ่ของสาขา ธนาคารของทีมให้บริการลูกค้าที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการสร้างนวัตกรรมบริการที่แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากเพศชายและเพศหญิงจะมีจุดเด่นของแนวความคิดที่แตกต่างกัน โดยเพศชายจะมีจุดเด่นในแง่ของความคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking) ในขณะที่เพศหญิงจะมีจุดเด่นในแง่ของความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Innovative Thinking) เมื่อผนวกเข้ากับพื้นฐานความรู้และความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน จึงทำให้การสร้างนวัตกรรมบริการระหว่างเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันแนวคิด ระบบ และเทคโนโลยีการให้บริการของธนาคารทั้งสามภูมิภาคต่างก็มีความแตกต่างกัน ทำให้แนวทางในการสร้าง นวัตกรรมบริการของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน จึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่าง หลากหลาย อย่างไรก็ดี ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของทีมให้บริการลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ส่งผลต่อความ แตกต่างของการสร้างนวัตกรรมบริการ กล่าวคือในด้านของอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และ ประสบการณ์ทำงาน ที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างนวัตกรรมบริการของกลุ่มตัวอย่างเหมือนกันหรือเป็นใน ทิศทางเดียวกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านการสร้างเทคโนโลยี มี อิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมบริการมากที่สุด โดยครอบคลุมในด้านส่วนเชื่อมต่อกู้ค้าใหม่ ด้านระบบ นำส่งบริการรูปแบบใหม่ ด้านตัวเลือกทางเทคโนโลยี และภาพรวมของนวัตกรรมบริการ สอดคล้องกับ งานวิจัยของชนิดาภา ขำระหงษ์ (2562) ที่ศึกษาวัตกรรมการบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันที่จ้อครด ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมให้บริการแอปพลิเคชันที่จ้อครด ได้รับอิทธิพลจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการส่งมอบบริการ ในทางตรงกันข้าม ความเป็นองค์กรแห่ง การเรียนรู้ ด้านการสร้างพลวัตของการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมบริการน้อยที่สุด โดย ครอบคลุมในด้านแนวคิดการให้บริการใหม่ ด้านส่วนเชื่อมต่อกู้ค้าใหม่ และภาพรวมของนวัตกรรมบริการ ซึ่งทำให้เห็นว่าการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงานในทีมให้บริการลูกค้า รวมถึงการประยุกต์ใช้ และบูรณาการแนวคิดและความรู้จากกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กับการให้บริการของธนาคารฯ อาทิ ลูกค้าและ ธนาคารอื่นๆ ให้เข้ากับวิธีการปฏิบัติงาน ไม่ก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมบริการเท่าที่ควร ซึ่งไม่สอดคล้อง กับงานวิจัยของชนิดาภา ขำระหงษ์ (2562) ที่ศึกษาในหัวข้อดังกล่าวข้างต้น ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การบูรณาการ ความรู้ขององค์กรส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมบริการในแง่ของการแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อสร้าง ความร่วมมือในการนำส่งบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่า ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้กับทีมให้บริการลูกค้า ของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย ของพรชิตา อังกินันท์ (2560) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาองค์การประเภทธุรกิจธนาคารคู่อค์การแห่งการ เรียนรู้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และงานวิจัยของ Nzube and Omolo (2012) ที่ศึกษาอิทธิพลของ องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศเคนยา ซึ่งผลการวิจัยของทั้งคู่

พบว่า ระดับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธนาคารอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของนวัตกรรมการบริการที่ประยุกต์ใช้ในทีมให้บริการลูกค้าของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย พบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย Ramakrishna (2012) ที่ศึกษานวัตกรรมบริการของธนาคารเพื่อความยั่งยืน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ระดับการประยุกต์ใช้นวัตกรรมบริการอยู่ในระดับมากที่สุดและมีการปรับใช้นวัตกรรมบริการอย่างเต็มรูปแบบในทุกๆด้าน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยในหัวข้อ องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อนวัตกรรมบริการของสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ดำเนินงานในประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรทำการศึกษาวิจัยอิทธิพลขององค์กรแห่งการเรียนรู้ต่อนวัตกรรมบริการของธนาคารพาณิชย์ไทย เพราะมีโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่และหน่วยธุรกิจที่หลากหลาย และนำผลการวิจัยมากำหนดแนวทางในการผลักดันการเรียนรู้และพัฒนา นวัตกรรมบริการของอุตสาหกรรมธนาคารในภาพรวม
2. ควรทำการศึกษาวิจัยอิทธิพลขององค์กรแห่งการเรียนรู้ต่อนวัตกรรมบริการของกลุ่มธุรกิจ ในภาคบริการ เพื่อให้เห็นถึงวิธีการเรียนรู้และแนวโน้มการพัฒนา นวัตกรรมของภาคธุรกิจซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และนำผลการวิจัยมากำหนดแนวทางในการผลักดันการเรียนรู้และพัฒนา นวัตกรรมให้บริการของอุตสาหกรรมบริการ

เอกสารอ้างอิง

- ชนิดาภา ขำระหงษ์. (2562). *นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันที่จอดรถ (Car Parking) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์การจัดการ นวัตกรรมทางธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรทิศา อังกินันท์. (2560). *แนวทางการพัฒนาองค์การประเภทธุรกิจธนาคารสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้: กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Hertog, P. D. (2000). *Knowledge Intensive Business Services as Co-Producers of Innovation*. Dialogic Innovatie & Interactie. Wilhelminapark 20. 3581 ND. Utrecht. The Netherlands.
- Marquardt, J. M. (2002). *Building the Learning Organization: Mastering the 5 Elements for Corporate Learning* (2nd ed.). Palo Alto, CA: Davies Black.
- Nzuve, M. N. S. & Omolo. A. E. (2012). A Study of the practice of the learning organization and its relationship among Kenyan commercial banks. *Problems of Management in the 21st century*. Vol. 4, 45-55
- Ramakrishna, Y. (2012). Service Innovation in Banks for Sustainability. *International Journal of Management & Business Studies*. Issue 2. April-June 2012