การศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource ทางด้านแรงงาน และคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด

THE STUDY OF LABOR OUTSOURCE BUSINESS AND ITS SERVICE QUALITY: A CASE STUDY OF JOB SUPPLY HUMAN RESOURCES COMPANY LIMUITED

ชยานันท์ ดำขำ

มหาวิทยาลัยบูรพา

2561

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

59710047_902729246

การศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource ทางด้านแรงงาน และคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด

ชยานันท์ ดำขำ

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

THE STUDY OF LABOR OUTSOURCE BUSINESS AND ITS SERVICE QUALITY: A CASE STUDY OF JOB SUPPLY HUMAN RESOURCES COMPANY LIMUITED

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

CHAYANAN DUMKHAM

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE
GRADUATE SCHOOL OF COMMERCE
BURAPHA UNIVERSITY
2018

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางานนิพนธ์ของ ชยานันท์ ดำขำ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ดร. นนท์ สหายา)

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

..... ประธาน

(ดร. นนท์ สหายา)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัฐวุฒิ รู้แทนคุณ)

..... กรรมการ

(ดร. ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีวิทยาลัย
พาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

2988671924
BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 03112561 09:14:36 / seq: 20

59710047: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร; บธ.ม. (บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร)
คำสำคัญ: การดำเนินธุรกิจ Outsource, คุณภาพการให้บริการ

ชยานันท์ ดำขำ : การศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource ทางด้านแรงงาน และคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด. (THE STUDY OF LABOR OUTSOURCE BUSINESS AND ITS SERVICE QUALITY: A CASE STUDY OF JOB SUPPLY HUMAN RESOURCES COMPANY LIMUITED) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: นนท์ สหายา, บธ.ด. ปี พ.ศ. 2561.

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource ทางด้านแรงงาน และคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด เป็นการวิจัยเชิงผสมระหว่างเชิงปริมาณกับเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้า ของบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการปรับตัวของธุรกิจ และการบริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด ในการพัฒนาคุณภาพการบริการของบริษัทโดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด 7 คน และโดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของโรงงานที่เป็นลูกค้าจำนวน 30 โรงงาน โดยการเลือกตามขนาดของโรงงานที่มีขนาดใหญ่ จำนวน 10 โรงงาน โรงงานขนาดกลาง จำนวน 10 โรงงาน และโรงงานขนาดเล็ก จำนวน 10 โรงงาน รวมทั้งสิ้นจำนวน 150 คน

ผลการศึกษาพบว่า ด้านคุณภาพการให้บริการบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด ผู้รับบริการมีความพึงพอใจค่อนข้างมาก คือปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ทั้งนี้เป็นการบริการในสิ่งที่จับต้องได้และสามารถให้เห็นผลงานอย่างชัดเจน โดยรายละเอียดของคุณภาพในด้านความเป็นรูปธรรม จะประกอบด้วย ด้านพนักงานของ Outsource มีการแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนอย่างเห็นได้ชัด เป็นลักษณะภายนอกที่สำคัญ ด้านพนักงานของ Outsource มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ และด้านพนักงานของ Outsource ยินดีรับฟัง คำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้า เป็นรูปธรรมในเชิงพฤติกรรม ซึ่งผู้รับบริการสามารถมองเห็นคุณภาพด้านนี้ได้อย่างชัดเจนจากการแสดงออกของผู้ให้บริการ และคุณภาพที่รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ ในระดับค่อนข้างมาก โดยคุณภาพด้านนี้เป็นที่ลูกค้า หรือผู้รับบริการต้องการรองลงมาจากการบริการที่เป็นรูปธรรม ถึงแม้ว่าไม่สามารถจับต้องได้ แต่ก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้อย่างยิ่ง ในด้านคุณภาพของปัจจัยที่รองลงมา คือคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือ คุณภาพปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และคุณภาพปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ ซึ่งคุณภาพเหล่านี้ไม่สามารถแยกออกจากการบริการได้ และเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นของบริษัทในการใช้บริการ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

59710047: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE; M.B.A. (BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE)
KEYWORDS: OUTSOURCE BUSINESS OPERATIONS, SERVICE QUALITY

CHAYANAN DUMKHAM : THE STUDY OF LABOR OUTSOURCE BUSINESS AND ITS SERVICE QUALITY: A CASE STUDY OF JOB SUPPLY HUMAN RESOURCES COMPANY LIMUITED. ADVISORY COMMITTEE: NONT SAHAYA, D.B.A. 2018.

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

This independent study on labor outsource business operation and its service quality, a case study of Job Supply Human Resources Company Limited., was a mixed-method research. Its objectives were to study service quality and the satisfaction of customers with Job Supply Human Resources Company Limited and to be a guideline for business adjustment planning to improve the service quality and to satisfy customers using the services of Job Supply Human Services Co., Ltd. The study was done by collecting data from interviewing 7 executives of the management team of the Job Supply Company Human Resources Co., Ltd. and from the questionnaire distributed to the employees from 30 factories using the services from the company. The samples for quantitative research were considered with position criteria from 30 factories, which were customers of Job Supply Human Services Co., Ltd. The total of samples was 150 people: five employees from each factory.

The findings indicated that in terms of service quality of Job Supply Company Human Resources Co., Ltd., service recipients were quite satisfied with the tangibility factor of the service. In other words, the service was tangible and was obviously seen. In terms of the details of the quality concerning tangibility, it was found that the service personnel were well- dressed, polite, clean, and neat, all of which were an important external appearance. Not only were the service personnel friendly, well-prepared and willing to give services, but they were also willing to listen to suggestions and opinions of customers. All of these were behavioral tangibility that service recipients could clearly see from the service providers' expression. Tangibility was followed by empathy which was satisfied by customers at a very high level. Although this factor was intangible, it was indispensable. Next, customers were satisfied with reliability and responsiveness. In fact, all of these qualities could not be separated from the service and they were important for the development of service quality to satisfy customers and to create trust for service users.

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.นนท์ สหายา อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ถ่ายทอดความรู้ แนวคิด วิธีการ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบ รวมทั้งให้คำแนะนำแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพ นอกจากนี้ ยังได้รับความอนุเคราะห์จากแหล่งข้อมูล ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบคุณผู้บริหาร และพนักงานบริษัทต่าง ๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์ และสละเวลาให้ความช่วยเหลือในการสัมภาษณ์ การตอบแบบสอบถามในทุก ๆ ด้าน จนทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ คณบดี คณะอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษาเล่าเรียนในวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณ บุคคลสำคัญในครอบครัว ที่สนับสนุนให้ข้าพเจ้ามีโอกาสในการศึกษาเล่าเรียน และประสบความสำเร็จในทุกวันนี้ และขอขอบพระคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้กำลังใจ และให้คำปรึกษาด้วยดีเสมอมา คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาแด่บุพการี บูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีต และปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษา และประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

ชยานันท์ ดำขำ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ญ

สารบัญภาพ ..... ฎ

บทที่ 1 1

บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญ 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 2

สมมติฐานการวิจัย 2

ประโยชน์ที่คาดว่าได้รับจากการวิจัย 2

ขอบเขตของการวิจัย 3

นิยามศัพท์เฉพาะ 5

บทที่ 2 6

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 6

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource 6

แนวคิดและทฤษฎีมิติของการเป็นผู้ประกอบการ 12

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 18

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ 23

บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด 27

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 27
บทที่ 3 29
วิธีดำเนินการวิจัย 29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 29
การสร้าง และการทดสอบเครื่องมือในการวิจัย 30
การเก็บรวบรวมข้อมูล 32
การวิเคราะห์ข้อมูล 33
บทที่ 4 36
ผลการศึกษา 36
ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ outsourcing ผู้ตอบแบบสอบถาม 36
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ Outsource 39
ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน 43
ส่วนที่ 4 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Outsourcing บริษัท จ๊อบซัพพลายฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด 50
บทที่ 5 62
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 62
สรุปผลการศึกษา 62
อภิปรายผลการศึกษา 66
ข้อเสนอแนะ 70
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป 71
บรรณานุกรม 72
ภาคผนวก 76
ภาคผนวก ก 77
ภาคผนวก ข 81

902729246
BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ภาคผนวก ค 83

ภาคผนวก ง.....85

ประวัติย่อของผู้วิจัย 92

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 มิติของผู้ประกอบการ 16

ตารางที่ 2 ค่าความถี่และร้อยละในเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม 36

ตารางที่ 3 ค่าความถี่และร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....37

ตารางที่ 4 ค่าความถี่และร้อยละของวุฒิการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม 37

ตารางที่ 5 ค่าความถี่และร้อยละ ในอายุงานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....38

ตารางที่ 6 ค่าความถี่และร้อยละ ในระดับตำแหน่งงานหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม 38

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 39

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) 40

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness).....40

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ...41

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy).....42

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบระดับคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนก ตามอายุ 43

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบรายคู่ส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนกตามอายุ.....44

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบระดับคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนก ตามระดับการศึกษา.....45

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบรายคู่ส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนกตามระดับการศึกษา 46

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบระดับคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนก ตามอายุงาน.....47

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบรายคู่ส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนกตามอายุงาน 48

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบระดับคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนก ตามตำแหน่งหน้าที่ 49

ตารางที่ 19 สรุปเปรียบเทียบคุณภาพของการบริการ Outsource ตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล.....50

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบการดำเนินการวิจัย.....4

ภาพที่ 2 กรอบงานวิจัย 5

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันการแข่งขันทางด้านธุรกิจทางการค้า มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ตลอดจนการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจำเป็นต้องมีความรวดเร็ว และหลากหลาย เนื่องจากความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการในหลายรูปแบบมีมากขึ้น อีกทั้งช่องทางในการติดต่อทางการค้าขายมีมากขึ้นและมีความสะดวก โดยเฉพาะสังคมออนไลน์ ที่ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่จะเลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการ ตลอดจนทางด้านเทคโนโลยีมีบทบาทเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจของตนสามารถดำรงอยู่ได้ในสภาวะของสังคมในปัจจุบัน

ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการหลายรายใช้วิธีการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงการทำงานโดยใช้วิธีการจัดหาจากแหล่งภายนอก Outsource ซึ่งเป็นการจ้างหน่วยงานที่รับผิดชอบหรือ บริษัทภายนอกมาทำงาน เพื่อทำให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพ และสามารถเพิ่มผลิต ตลอดจนสามารถลดค่าใช้จ่ายของสถานประกอบการได้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถทำงานให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว เพื่อที่จะรองรับการแข่งขันในสภาวะปัจจุบัน อีกทั้งวิธีการจัดหาจากแหล่งภายนอก Outsource มีความสำคัญที่จะช่วยผู้ประกอบการในด้านต่าง เช่น การลดภาระค่าใช้จ่าย ซึ่งจะมีการตกลงค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการและผู้รับบริการ Outsource เป็นที่น่าพอใจทั้งสองฝ่าย มีบุคลากรที่มีความสามารถความชำนาญในการทำงานและบุคลากรด้านความปลอดภัย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน (จป.) ระดับต่าง ๆ เช่น จป.หัวหน้างาน จป.บริหาร และ จป.วิชาชีพ โดยไม่ต้องไปจ่ายค่าฝึกอบรมพนักงาน และลดอัตราการลาออกของพนักงานประจำได้เป็นอย่างดี

ผู้ให้บริการการจัดหาจากแหล่งภายนอก Outsource ในปัจจุบันเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากความต้องการของผู้ประกอบการที่จะจัดจ้าง Outsource มารับผิดชอบการทำงานที่ต้องมีการแข่งขันทั้งจำนวนสินค้า และการบริการด้านต่าง ๆ ซึ่งในการสร้างคุณภาพของผู้ให้บริการ Outsource เองจะต้องมีการฝึกอบรมทักษะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน พัฒนาความรู้ความสามารถ ให้กับพนักงานอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ จึงส่งผลให้ผู้ให้บริการ Outsource จำเป็นต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนผู้ประกอบการที่มีความต้องการใช้บริการการจัดหาจากแหล่งภายนอก Outsource โดยเฉพาะด้านแรงงาน ส่วนใหญ่จะเป็นโรงงาน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ในนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีอัตราการจ้างงานค่อนข้างสูง จากสถิติจ๊อบไทย บริการหางานสมัครงานออนไลน์อันดับ 1 ของประเทศไทย เปิดเผยข้อมูลคาดการณ์ความต้องการตลาดแรงงานของประเทศไทยในช่วงไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2562 โดยพบว่า งานช่างเทคนิค มีความต้องการ 10,200 อัตรา และงานผลิต ควบคุมคุณภาพ มีความต้องการ 8,200 อัตรา และจังหวัดชลบุรี ถือได้ว่ามีนิคมอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก เช่น นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร นิคมอุตสาหกรรมเหมราชชลบุรี นิคมอุตสาหกรรมบ้านบึง นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง เป็นต้น

บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้านการจ้างเหมาแรงงาน Outsource ซึ่งในปัจจุบัน ธุรกิจด้านการจ้างเหมาแรงงาน Outsource การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ มากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงการทำงานที่กำลังจะเกิดขึ้นเกิดขึ้นในอนาคต จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจว่าองค์ประกอบอะไรมีผลต่อการตัดสินใจจ้างงานภายนอก Outsource ของผู้รับบริการ และผู้วิจัยต้องการศึกษาคุณภาพของบริษัท Outsourcing บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด เพื่อนำข้อมูลและผลวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจด้านการจ้างเหมาแรงงาน Outsource ตลอดจนเป็นข้อมูล สำหรับสถานประกอบการที่มีความสนใจที่จะจัดหาจากแหล่งภายนอกในการทำงาน ในการพิจารณาการจ้างหน่วยงานหรือ บริษัทภายนอกมาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ Outsource
2. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา ผู้ประกอบการ Outsource
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการ Outsource

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้รับบริการมีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่

ประโยชน์ที่คาดว่าได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงคุณภาพการบริการ แนวทางการพัฒนาให้บริการผู้ประกอบการ Outsource เพื่อไปพัฒนาการดำเนินธุรกิจ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

2. เป็นแนวทางในการวางแผนสำหรับผู้รับบริการที่สนใจ Outsource และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Outsource

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ แนวทางการพัฒนาให้บริการผู้ประกอบการ Outsourcing และความพึงพอใจของผู้รับบริการ Outsource

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ Outsource บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด และผู้รับบริการ Outsourcing บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด ในจังหวัดชลบุรี

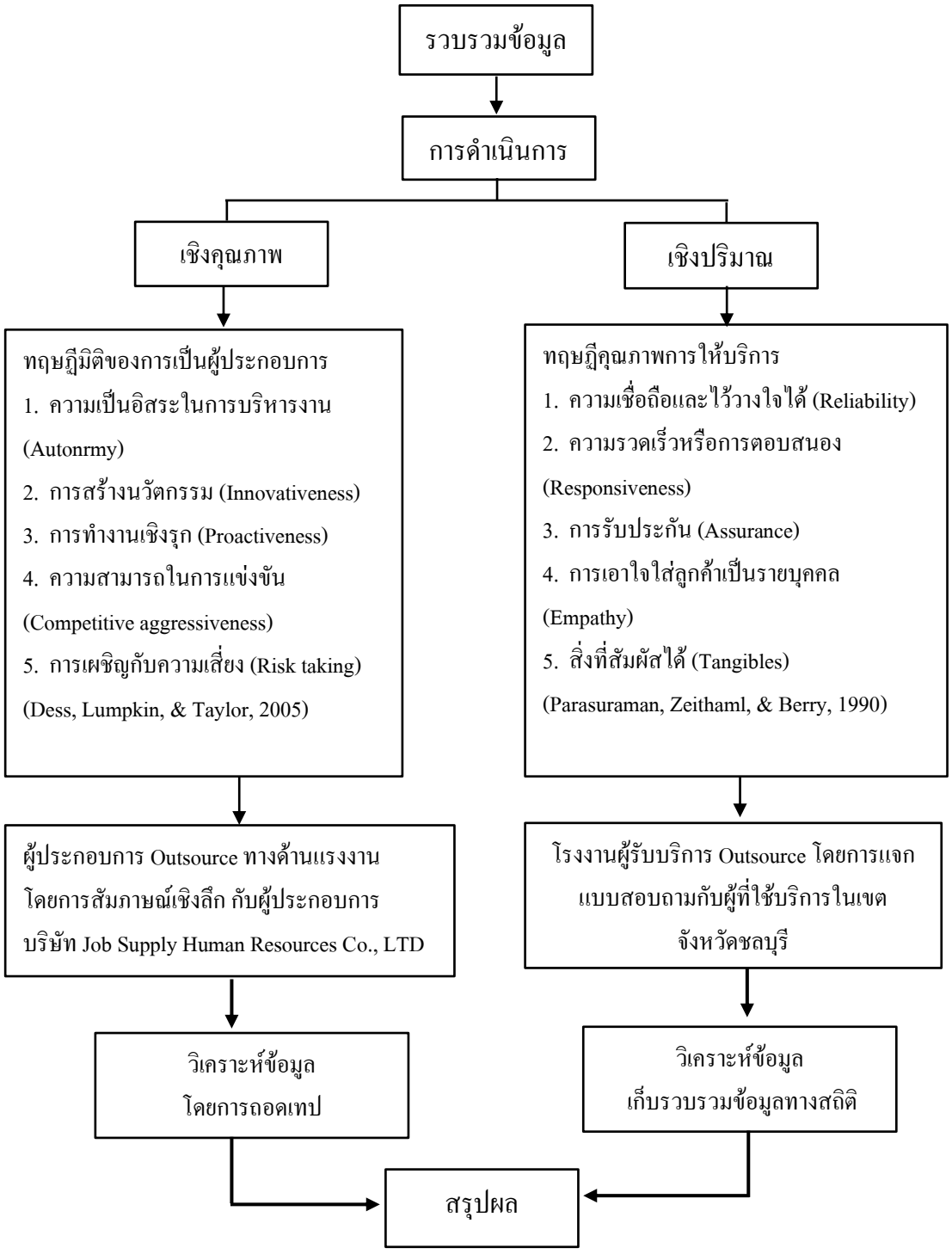
ขอบเขตด้านระยะเวลา

วิจัยนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา ระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561

ขอบเขตพื้นที่

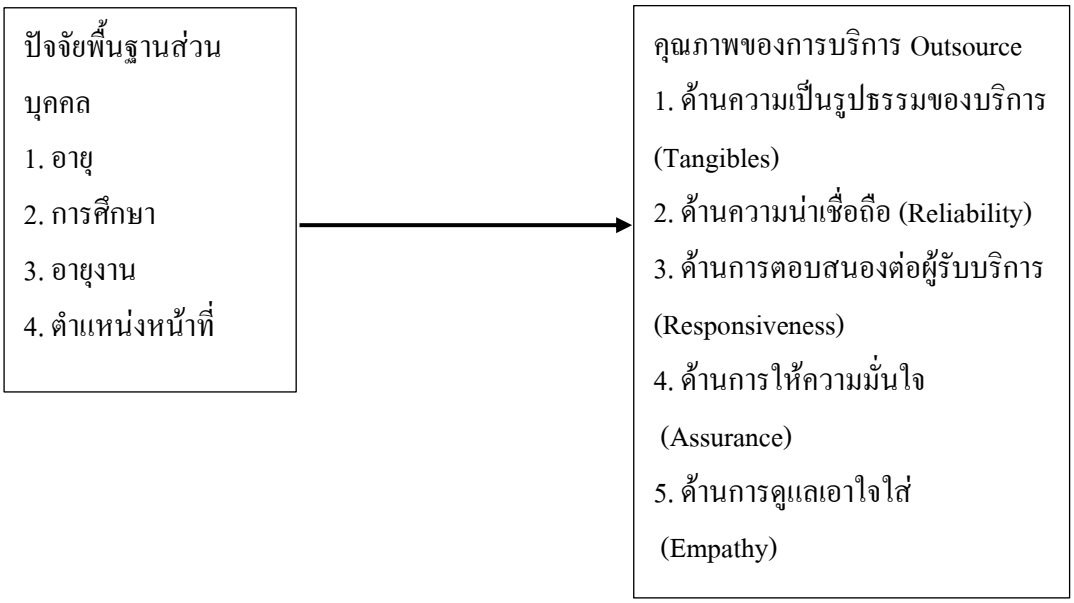
พื้นที่ในการวิจัย คือ จังหวัดชลบุรี

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39



ภาพที่ 1 กรอบการดำเนินการวิจัย

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39



ภาพที่ 2 กรอบงานวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ประกอบการ Outsource หมายถึง บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด ผู้ประกอบการการที่บริการด้านต่าง ๆ ตามที่ ผู้รับบริการว่าจ้างซึ่งเป็น หน่วยงานภายนอกเข้ามาทำงานโดยการจ่ายค่าตอบแทนตามข้อตกลงระหว่างกัน

ผู้รับบริการ Outsource หมายถึง บริษัท โรงงาน ผู้ว่าจ้างบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากองค์การมารับผิดชอบการทำงาน โดยจ่ายค่าจ้างตามการตกลงเรื่องการทำงาน

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการในด้าน Outsource พอใจ หลังจากการว่าจ้างบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด ให้ทำงานตามคาดหวัง ทำให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด

คุณภาพการบริการ หมายถึง ผลจากการได้รับบริการจาก Outsource โดยมีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ใช้ในการประเมินคุณภาพของการทำงานเป็นไปตามมาตรฐานแต่ละด้านที่ผู้รับบริการคาดหวังซึ่งประกอบไปด้วย 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของผู้รับบริการ (Tangibles) 2) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) 4) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และ 5) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง การดำเนินธุรกิจ Outsource ทางด้านแรงงานและคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัดในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource
2. แนวคิดและทฤษฎีมิติของการเป็นผู้ประกอบการ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ
5. บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource

ความหมายของ Outsource

Heywood (2001) ให้ความหมาย การจ้างงานภายนอก คือ การส่งต่อกิจกรรมทางธุรกิจหรืองานภารกิจภายในองค์การ พร้อมเครื่องมืออุปกรณ์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ให้บริการจากภายนอกองค์การที่เสนอให้บริการงานนั้น ๆ ในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ตามที่ได้ตกลงด้วยราคาค่าจ้างที่เหมาะสม

Domberger (1998) อธิบาย สัญญาจ้างและการจ้างานภายนอก (Contracing and outsourcing) ว่า สัญญาจ้าง หมายถึง แบบการสนับสนุนความสัมพันธ์ตามสัญญาข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้จำหน่าย ส่วนการจ้างงานภายนอก หมายถึง กระบวนการที่กิจกรรมต่าง ๆ โดยปกติจะดำเนินการเองภายในองค์การ ได้ถูกทำสัญญาจ้างให้ผู้ให้บริการภายนอกเป็นผู้ดำเนินการแทน

Cook and Hunsaker (2001) ให้ความหมาย การจ้างงานภายนอก หมายถึง การใช้บริการจากบุคคลที่สามเข้ามาจัดการกับงานธุรกิจหลักที่มีความสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจก้าวไป หรือกิจกรรมที่โดยปกติพนักงานภายในองค์กรเป็นผู้ลงมือปฏิบัติ

สุชาดา สุขสวัสดิ์ ณ อยุธยา (2541) สรุปความหมาย การจ้างงานภายนอก หมายถึง ยุทธวิธีในการจัดกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดความกระชับเหมาะสมกับขนาดและค่าใช้จ่าย

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

เกิดกระบวนการจ้างบุคคลภายนอกให้เป็นผู้ให้บริการงานบางอย่างซึ่งควรเป็นงานที่จัดขึ้นในองค์การนั้นเอง โดยคำนึงถึงลักษณะงานบุคลกร และค่าใช้จ่าย

นิสดารก์ เวชยานนท์ (2548) สรุปความหมายว่า การจัดซื้อสินค้าหรือ บริการจากภายนอก (Outsourcing) หมายถึง การตัดงาน หรือกิจกรรม หรือหน้าที่บางประการออกไปให้คนอื่นทำ โดยปกติในอดีตที่ทำมาก็มักจะตัดงานที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก ให้บริษัทอื่นรับช่วงทำ ปัจจุบันการจัดซื้อสินค้าหรือ บริการจากภายนอก จะขยายไปสู่การเป็นหุ้นส่วน (Partners) ซึ่งผู้ที่มาเป็นหุ้นส่วนอาจจะเสนอบริการอย่างอื่นนอกเหนือจากกิจกรรม หรือ บริการเดียวอย่างแต่ก่อน อาจจะเป็นกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งขององค์การทั้งหมด บางครั้งกระบวนการ เหล่านี้ก็เป็นกระบวนการที่สำคัญของธุรกิจด้วย

อภิชัย ศรีเมือง (2548, หน้า 238-239) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่อง Outsourcing (การจ้างงานภายนอก) ว่า เกิดขึ้นจากพื้นฐานของธุรกิจที่มีความสามารถหลักอยู่ แต่ในเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ความสามารถผลิตของธุรกิจนั้นก็ จะต้องดำเนินไปด้วย เมื่อองค์การต้องดำเนินการไปพร้อมกันทำให้เกิดจุดอ่อนในส่วนที่องค์การเองไม่มีความรู้ ความชำนาญเฉพาะจะต้องใช้ต้นทุนที่มากขึ้น จึงมีแนวคิดในการที่จะหาองค์การอื่น ๆ ที่มีความสามารถด้านนั้น ๆ มาทำงานแทนงานบุคคลก็เช่นกัน ในปัจจุบันมีการใช้ Outsourcing ในองค์การมาก เพื่อทดแทนฝ่ายบุคคลในการ ที่จะต้องจัดการงานบุคคลพื้นฐาน เช่น งานสรรหาและคัดเลือก การบริหารเงินเดือน และที่เห็นได้ชัดเจนที่นิยมใช้กันมากคือการฝึกอบรม

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถกล่าวได้ว่า การจ้างงานภายนอก เป็นการดำเนินงาน โดยผู้ให้บริการภายนอกทำงานเฉพาะด้าน ตามที่ผู้รับบริการทำการตกลงหรือทำการว่าจ้าง ตามภาระงาน เพื่อผู้ให้บริการภายนอก ดำเนินงาน เช่น การเพิ่มผลผลิตสินค้า การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

สาเหตุและปัจจัยในการจ้างงานภายนอก

Greaver (1999) ได้สรุปพื้นฐานความเป็นจริงที่เป็นสาเหตุ/ ปัจจัยส่งเสริม ให้องค์การจ้างงานภายนอก เนื่องจากองค์การขนาดใหญ่ไม่มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอีกต่อไป คู่แข่งที่มีขนาดเล็กแต่สามารถเคลื่อนไหวได้รวดเร็ว และเจาะตลาดได้ สามารถเปลี่ยนอุตสาหกรรมได้ในพริบตาวงจรสินค้า และบริการมีการลดระยะเวลาและเพิ่มความรวดเร็วอย่างคาดไม่ถึง ทำให้เกิดความจำเป็นที่องค์การต้องตอบสนองอย่างรวดเร็วตามไปด้วย แรงกดดันเชิงการแข่งขันนับวันเพิ่มสูงขึ้น และผลกระทบมีลักษณะรุนแรงมากขึ้นต่อองค์การ โดยเฉพาะในระดับเศรษฐกิจโลก

นิสดารก์ เวชยานนท์ (2548) ได้สรุปเหตุผลที่องค์การตัดสินใจจ้างงานภายนอกมีอยู่ด้วยกัน 2 ประการ คือ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

1. เหตุผลทางด้านการเพิ่มขนาดการผลิตที่ประหยัด (Economies of scale) การที่องค์การที่มีความชำนาญด้านใดด้านหนึ่งมาก ๆ สามารถผลิตสินค้า และบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณที่มากและมีคุณภาพตามมาตรฐาน จะช่วยทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าชนิดนั้นลดลง เพราะใช้หลักการแบ่งงานกันทำ และทำให้เกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง ซึ่งจะทำให้ประหยัดต้นทุนทางการบริหารองค์การต่าง ๆ แยกระหว่างงานที่สำคัญ และเอางานที่ไม่สำคัญไปจ้างงานภายนอก เพื่อช่วยให้องค์การสามารถส่งมอบสินค้า และบริการที่มีคุณภาพดีที่สุดให้กับลูกค้า ปัจจุบันองค์การเป็นระบบเปิดมากขึ้น องค์การต้องตอบสนองคนกลุ่มต่าง ๆ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญขององค์การ คือ ผู้ถือหุ้น ทำให้การประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากขึ้น การนำการวัดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic value added: EVA) เข้ามาใช้ยิ่งทำให้ผู้บริหารองค์การต้องพยายามสร้างผลกำไร และหาทางลดค่าใช้จ่ายให้มากที่สุด วิธีหนึ่ง ที่จะลดค่าใช้จ่ายได้ก็คือ ลดกิจกรรม หรืองานที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก ให้ผู้ให้บริการภายนอกไปดำเนินการแทน

2. เหตุผลทางด้านกลยุทธ์ (Strategic sourcing) แนวคิดในการจ้างงานภายนอกที่กำหนดไว้ในแผนกลยุทธ์ขององค์การ การจ้างงานภายนอกไม่ควรทำ เพราะเกิดจากแรงบีบคั้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก การที่องค์การกำหนดเป็นกลยุทธ์จะช่วยให้องค์การสามารถตอบสนองความต้องการ 3 ประการ คือ ช่วยให้เกิดการปรับปรุงกลยุทธ์ (Strategic improvement) เช่น การลดค่าใช้จ่าย และการเพิ่มประสิทธิภาพ ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพของการทำงาน (Strategic business Impact) เช่น การทำการจัดโซ่อุปทาน (Supply chain management) การจ้างกระบวนการธุรกิจ (Business process outsourcing) และช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการค้า (Strategic business advantage) เช่น การเพิ่มพูนนวัตกรรม (Innovation) การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D)

General Motors (1997 อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์, หน้า 2548) ได้กำหนดการจ้างงานภายนอกอยู่ในแผนกกลยุทธ์โดยการทำการ จัดการโซ่อุปทาน (Supply chain management) บริษัทที่ทำทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งหลายนำแนวคิดการจ้างงานภายนอกมาใช้อย่างแพร่หลาย เพราะช่วยลดค่าใช้จ่าย ช่วยในการเพิ่มพูนนวัตกรรม ทำให้บริษัทหันมาทุ่มเททางด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีมากขึ้น นอกจากนี้ นักวิชาการบางท่าน เช่น Williamson, Charlesand Sung ให้เหตุผลเพิ่มเติมของการจ้างงานภายนอก คือ ปรับปรุงสิ่งจูงใจให้แก่ผู้บริหาร ยิ่งถ้าผู้บริหารสามารถที่จะลดค่าใช้จ่ายได้และสนใจพัฒนากระบวนการที่เป็นความสามารถหลัก (Core competency) ขององค์การมากเท่าไรก็จะมีผลตอบแทนเพิ่มขึ้น

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถกล่าวได้ว่า เหตุผลของการจ้างงานภายนอกมีเหตุผล 2 ประการ ประการแรกคือกระบวนการทำงาน ตั้งแต่การผลิต ปรับปรุงประสิทธิภาพ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

รวมถึงการจัดส่ง และประการที่สอง คือ การประหยัดค่าใช้จ่ายขององค์การ ในการจ้างงานภายนอก อาจขึ้นอยู่กับเหตุผลอื่นจาก 2 ประการ ที่กล่าวไว้ ทั้งนี้จะต้องมาจากความต้องการขององค์การที่มีความจำเป็นในการใช้บริการการจ้างงานภายนอก

ข้อดีและประโยชน์ของการจ้างงานภายนอก

Bragg (1998, pp. 1-5) ได้ศึกษาข้อดีและประโยชน์ของการจ้างงานภายนอก ในมิติต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1. เพื่อที่จะได้เน้นงานที่มีลักษณะกลยุทธ์มากขึ้น การจ้างงานภายนอกเปิดโอกาสให้ผู้บริหารของ องค์การเน้นการทำงานกลยุทธ์มากขึ้น มีเวลาสำหรับการบริหารประเด็นสำคัญของธุรกิจ อาทิ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ การกำหนดจุดยืนด้านการตลาด การขยายธุรกิจและฐานะการเงินในระยะยาว

2. การทำให้เกิดความยืดหยุ่นและลดต้นทุนในการประกอบการ ในบางสถานการณ์งานบางด้าน เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีผลทำให้เกิดค่าใช้จ่ายสูงเนื่องจากมีพื้นฐานต้นทุนคงที่ (Fixed cost) การจ้างงานภายนอก จะช่วยลดต้นทุนดังกล่าว เนื่องจากหน่วยงานสามารถจะจ้างผู้ให้บริการภายนอกเฉพาะเม็ดงานที่ทำส่งเท่านั้น ไม่ต้องรับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. การได้รับทักษะความชำนาญใหม่ ๆ บ่อยครั้งที่หน่วยงานมักจะพบว่า ทักษะความชำนาญเกี่ยวกับ งานในหน้าที่บางด้านที่มีอยู่ไม่เพียงพอและล้าสมัย การปรับปรุงให้เกิดทักษะความชำนาญต้องใช้เวลาและการลงทุนที่สูง ดังนั้นการจ้างงานภายนอกเปิดโอกาสให้หน่วยงานได้รับทักษะใหม่ ๆ จากผู้ปฏิบัติงานที่มีการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี มีประสบการณ์ทำงานสูงและเข้าใจความจำเป็นของการบริหารเฉพาะด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่ต้องใช้ความรู้วิชาการและเทคนิคระดับก้าวหน้า เช่น งานวิศวกรรมและงานคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

4. การทำให้การบริหารจัดการงานบางด้านดีขึ้น ผู้บริหารมักจะพบบ่อยว่า งานหน้าที่บางด้านที่มีอยู่ในหน่วยงานไม่เป็นไปตามคาดหมาย ไม่ใช่เพราะสาเหตุพนักงานขาดความรู้และทักษะ เป็นเพราะความสามารถด้านการจัดการไม่มีประสิทธิภาพและยังทำให้เกิดผลอื่น ๆ ตามมา เช่น การลาออกจากงานสูง พนักงานขาดงานและไม่สนใจทำงาน ผลงานที่ออกมามีคุณภาพต่าง ๆ หรือไม่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้การจ้างงาน ภายนอกจะช่วยให้ผู้บริหารองค์การมีทางเลือก ทำให้ได้ผลงานที่มีการบริหารจัดการที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในระบบ หน้าที่ที่จำเป็นต้องใช้ความเชี่ยวชาญในระดับสูง เช่น งานวิศวกรรม เป็นต้น

5. ความสามารถในการหลีกเลี่ยงการลงทุนขนาดใหญ่ หน้าที่ขององค์การบางด้านมีลักษณะด้อยประสิทธิภาพ เนื่องจากขาดการลงทุนที่สอดคล้องกับความจำเป็นและความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง และปรับตัวอยู่ตลอดเวลา การรักษางานหน้าที่ดังกล่าวไว้ในลักษณะ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

เดิมก็จะยิ่งทำให้เกิดผลกระทบต่องานหน้าที่ ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวพันกัน ในขณะเดียวกันถ้าจะปรับให้มีความทันสมัยก็ต้องใช้งบการลงทุนสูง ดังนั้นการจ้างงานภายนอกจึงเป็นยุทธวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้หน่วยงานหลีกเลี่ยงการลงทุนขนาดใหญ่และสามารถปรับปรุงงานให้ก้าวหน้าและทันสมัยได้

6. ความสำคัญของการเน้นเฉพาะงานหน้าที่หลัก ทุกองค์การมีภารกิจหรือหน้าที่หลัก ๆ ที่เชื่อมโยงกับ จุดมุ่งหมายและความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อย่างไรก็ตามการขยายตัวหรือการเติบโตขององค์การอาจมีผลทำให้การกระจายหน้าที่ต่าง ๆ ออกไปกว้างขวางขึ้น มีผลทำให้ผู้บริหารต้องเข้าไปกำกับดูแลเพื่อประสานหน้าที่เหล่านั้นให้ไปในทิศทางและมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน ขอบเขตการบริหารที่กว้างมีผลทำให้หน้าที่หลักในบาง ด้านไม่ได้รับการดูและทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ ทำให้เกิดผลกระทบต่อประสิทธิผลของหน่วยงาน บน พื้นฐานเช่นนี้การจ้างงานภายนอกจะเป็นแนวทางและวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารระดับสูงขององค์การมุ่งการ ทำงานเน้นไปที่หน้าที่หลัก ผู้ให้บริการภายนอกเข้ามาทำงานแทนในหน้าที่รองและหน้าที่ที่ไม่มีผลต่อภารกิจหรือ ผลประกอบการมากนัก

7. การปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน แนวคิดและหลักการของการจ้างงานภายนอกเกี่ยวข้องกับการสร้าง กฎการแข่งขันและการเปรียบเทียบให้เกิดขึ้นในองค์การ นำไปสู่การพัฒนางานและปรับปรุงผลงานในหน้าที่ กล่าวคือ งานหน้าที่บางอย่างอาจปฏิบัติต่อเนื่องกันมาจนขาดเกณฑ์การวัด ตรวจสอบประสิทธิภาพและผลงาน ทำให้สูญเสียค่าใช้จ่ายสูง ในขณะที่ผลงานที่คาดหวังไม่ได้มาตรฐาน ความคิดริเริ่มการจ้างงานภายนอกจะช่วยทดสอบเชิงตลาด ถ้าข้อเสนอของการจ้างงานภายนอกมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าและได้ผลการปฏิบัติงานระดับสูงกว่า เป็นการกระตุ้นให้หัวหน้าและผู้ปฏิบัติงานต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและผลงานให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานของตลาด ซึ่งจะเป็นการสร้างพื้นฐานการกำหนดเป้าหมายการปรับปรุงผลงาน (Benchmarking) สู่แนวทางการ ปฏิบัติงานที่ดีที่สุด (Best practice) ในอนาคตด้วย

8. การปรับปรุงเครดิตหรือความน่าเชื่อถือขององค์การ บางองค์การอาจใช้กลยุทธ์การจ้างงานภายนอกในฐานะเป็นเครื่องมือทางการตลาดนั้น คือ การสร้างพันธมิตร โดยการจ้างเหมาผู้ให้บริการภายนอกที่มีชื่อเสียงในความน่าเชื่อถือและคุณภาพในการให้บริการ ผู้ที่มาติดต่อทำธุรกิจหรือลูกค้าผู้มารับบริการก็จะมีทัศนะ และความรู้สึกที่ดีต่อองค์การ มีผลทำให้องค์การได้รับความน่าเชื่อถือตามมาด้วย

9. การทำตามกระแสนิยม บางองค์การอาจตัดสินใจจ้างงานภายนอก ด้วยเหตุผลที่ว่าองค์การ โดยทั่วไปในภาคอุตสาหกรรมธุรกิจเดียวกับองค์การต่างก็ทำเช่นเดียวกัน หรือเน้นกระแสสากลสำหรับการ ประกอบกิจการ/ ธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อการสร้างภาพลักษณ์ของวิชาชีพ มาตรฐานและแนวปฏิบัติ ที่ดีตามยุคสมัย ดังนั้น ถ้าองค์การของตนไม่มีการดำเนินการบ้าง

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ก็จะกลายเป็นสิ่งที่แปลกและไม่คล้อยตามกระแส นิยม โดยเฉพาะในระดับสากลหรือแนวปฏิบัติทั่วไป

ข้อด้อยและความเสี่ยงของการจ้างงานภายนอก

Currie and Willcocks (1997 อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์, 2548) ได้ศึกษาผลกระทบจากการจ้าง งานภายนอก พบว่า ผลเสียมีมากกว่าผลดีซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kliem (n.d. อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์ 2548, หน้า 6-8) โดยสรุปประเด็นได้ดังนี้

1. ผลกระทบทางด้านจริยธรรมที่มีต่อพนักงาน (Labour and ethical issues) ผลกระทบนี้ทำให้โอกาสการทำงานของพนักงานลดลง ทำให้เกิดความไม่มั่นคงในการทำงาน ทำให้พนักงานสูญเสียรายได้ และสวัสดิการ ทำให้พนักงานเสียขวัญกำลังใจและนำไปสู่การขาดความเชื่อมั่นระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง การจ้างงานภายนอกส่งผลโดยตรงกับพนักงานที่มีอายุมาก ผลการลดค่าใช้จ่ายบางอย่างที่องค์การได้จากการจ้างงานภายนอก ก็คือ ค่าใช้จ่ายของพนักงานที่เสียไป การที่คนตกงานยังส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน

2. สัญญาหรือพันธะทางสังคม (Social contract) ที่เคยมีอยู่เดิมเปลี่ยนไป การที่พนักงานทำงานที่ใดที่หนึ่ง องค์การไม่ใช่มีความหมายแค่เป็นสถานที่อย่างเดียวแต่มันเป็นตัวตนที่พนักงานสามารถที่จะแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองที่เรียกว่า “Spirit of place” การที่องค์การเอาคนออกไปจากสถานที่ที่เขาเคยทำงานอยู่ โดยที่พนักงานไม่ได้กระทำความผิด ทำให้ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ความเป็นเจ้าของ ความซื่อสัตย์ ความเปิดเผย หายไปจากตัวพนักงาน ความหมายของ Spirit of place ยังรวมไปถึงความรับผิดชอบต่องาน ความรักความเห็น อกเห็นใจที่พนักงานมีต่อองค์การหรือสถานที่ทำงานอีกด้วย จนอาจจะสรุปได้ว่า การจ้างงานภายนอกมีผลกระทบ ทางลบต่อคน การที่องค์การทำการจ้างงานภายนอกได้ปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างแบบเดิม (Old social contract) มาสู่แบบใหม่ (New social contract) ซึ่งแตกต่างกัน

3. ข้อดีที่เป็นจุดเด่นที่สุดที่องค์การตัดสินใจจ้างงานภายนอก คือ การลดต้นทุน หากมีการพิจารณา ต้นทุนพวกนี้อย่างถี่ถ้วนแล้วยังมีค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการจ้างงานภายนอก เช่น ค่าสินค้าเสียหาย ค่าบริหาร ค่า ควบคุม ค่าเดินทาง และถ้าจะเอางานกลับมาดำเนินการเอง (In sourcing) ก็อาจสูญเสียโอกาสเพราะองค์การขาด ทักษะและความสามารถที่จะทำเองแล้ว

4. ผลกระทบความเสี่ยงทางการเมืองที่มากับการจ้างงานภายนอก ตั้งแต่การก่อการร้ายเมื่อเดือน กันยายน พ.ศ. 2544 ภัยของการก่อการร้ายเป็นสิ่งที่ประเทศต่าง ๆ ได้รับผลกระทบโดยเฉพาะบริษัทของประเทศที่เป็นมหาอำนาจ การนำองค์การออกไปจ้างงานภายนอกตามประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก มีผลส่วนหนึ่งที่ต้องคำนึง คือ มีความเสี่ยงเหล่านี้ ตามมาด้วย

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

5. ผลเสียทางด้านวัฒนธรรมองค์การ วัฒนธรรมองค์การเป็นสิ่งที่ยึดโยงคนในองค์การให้ผูกพันกัน และนำไปสู่ผลผลิตขององค์การ การว่าจ้างงานภายนอกจัดว่าเป็นกลยุทธ์ของการทำให้เกิดความแตกแยกมากกว่าที่จะเป็นกลยุทธ์ของการสรรค์สร้าง เพราะเมื่อองค์การจะทำการจ้างงานภายนอก สมาชิกที่เคยมีวัฒนธรรม มีส่วนช่วยเหลือคนทำงานก็จะเปลี่ยนเป็นวัฒนธรรมของความสงสัย ไม่ไว้วางใจและกระวนกระวายจนในที่สุดผลผลิตที่เคยทำได้ก็ตกลง

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถกล่าวได้ว่า เหตุผลของการจ้างงานภายนอกจะต้องวิเคราะห์ผลประโยชน์ขององค์การเป็นหลักสำคัญ อาจส่งผลกระทบบางอย่างกับองค์การในด้านบุคลากร หรือความสัมพันธ์ภายในองค์การ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบ ที่เป็นผู้บริหารจะต้องมีเหตุผลในการจ้างงานภายนอกที่เหมาะสมกับผลประโยชน์ขององค์การ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

แนวคิดและทฤษฎีมิติของการเป็นผู้ประกอบการ

มิติของการเป็นผู้ประกอบการ

Dess, Lumpkin, and Taylor (2005) ได้นำเสนอมิติของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับรูปแบบการตัดสินใจ และการปฏิบัติของธุรกิจ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญกับความเสี่ยงโดย 5 มิติดังกล่าว สามารถใช้ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อที่จะพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจ

รายละเอียดของแต่ละมิติเป็นดังนี้

1. ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) คือความพยายามในการที่จะปฏิบัติงานด้วยความเป็นอิสระ มีเอกภาพในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์การ ในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการขององค์การ การทำงานที่มีเอกภาพในหน่วยงานเป็นจุดแข็งที่สามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานขององค์การ ความเป็นอิสระในการบริหารงานเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในองค์การที่ผู้ประกอบการถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์การที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการดำเนินงาน บุคลากรจะมีความท้าทายในการทำงานภายใต้ระบบการกระตุ้นสิ่งจูงใจด้วยระบบรางวัล มีการแสวงหาโอกาส และการปฏิบัติงานโดยปราศจากการวิพากษ์วิจารณ์ของเพื่อนร่วมงาน มีการแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระเพื่อเป้าหมายชัยชนะขององค์การธุรกิจ

ปัจจัยที่จะพัฒนาให้องค์การมีความเป็นอิสระในการบริหารงาน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1.1 การสนับสนุนให้เกิดการคิดด้วยการใช้เทคนิคสกังค์เวิร์ก (Skunkworks) เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยผู้บริหาร และพนักงานในการทำงานที่มีลักษณะเป็นงานประจำ องค์การบางแห่งอาจมีการตั้งหน่วยปฏิบัติงานขึ้นมาใหม่ เพื่อเป็นหน่วยงานที่เน้นการสร้างความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ มีการระดมสมองเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ร่วมกัน เป็นหน่วยงานที่แยกการทำงานอิสระไม่ขึ้นกับฝ่ายบริหาร มีการทำงานอย่างไม่เป็นทางการ และไม่มีแรงกดดันในการทำงาน

1.2 มีการออกแบบโครงสร้างองค์การที่สนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีอิสระ องค์การที่มีการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างองค์การจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมการทำงานใหม่ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขัน เช่น บางธุรกิจอาจเผชิญกับปัญหา และอุปสรรคด้านยอดขาย ประสบภาวะขาดทุน การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานใหม่เพื่อให้ธุรกิจมีขนาดเล็กลง พร้อมทั้งการให้อำนาจการตัดสินใจในการทำงานแก่พนักงาน มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งสามารถปรับปรุงให้ธุรกิจเจริญเติบโตต่อไปได้ เป็นต้น อย่างไรก็ตามความเป็นอิสระในการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการติดตาม ประเมินผลเพื่อตรวจสอบถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานภายในองค์การเพื่อพิจารณาถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) คือความพยายามในการที่จะแสวงหาโอกาสและทางเลือกใหม่ ๆ ในการที่มุ่งเน้นให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา การทดลองเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ หรือการพัฒนาเทคโนโลยี

ปัจจัยที่จะพัฒนาให้องค์การมีนวัตกรรมในการทำงาน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

2.1 มีการสนับสนุนการทดลองเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เพื่อประสบความสำเร็จในด้านนวัตกรรม ธุรกิจจำเป็นต้องลบความคิดเดิมและมีการทดลองต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2.2 มีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ และมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจำเป็นต้องแสวงหาความได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งหมายความว่าธุรกิจจะต้องทุ่มเทงบประมาณในการลงทุนเพื่อความได้เปรียบในเทคโนโลยี

นวัตกรรมเปรียบเสมือนการสร้างความก้าวหน้า และสร้างความมั่นคงให้แก่องค์การให้สามารถเจริญเติบโตต่อไปได้ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาในนวัตกรรมก็อาจส่งผลในด้านลบแก่องค์การได้หากการวิจัยและพัฒนาในการออกสินค้า และบริการใหม่ไม่สามารถสร้างผลกำไรให้กับกิจการได้อย่างเป็นที่น่าพอใจซึ่งแน่นอนว่าจะส่งผลไปถึงผลกระทบจากการแข่งขันที่ตามมา และแม้ว่าธุรกิจจะมีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ หรือประสบความสำเร็จในการพัฒนาเทคโนโลยีนั้น ๆ ธุรกิจอื่น ๆ ก็มีการพัฒนาในนวัตกรรมที่ออกแบบคล้ายคลึงกันหรือมีการ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าเช่นเดียวกัน ซึ่งท้ายที่สุดหากธุรกิจเริ่มมีผลประกอบการที่ลดลงการให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนา และการพัฒนาด้านนวัตกรรมต่าง ๆ อาจจำเป็นต้องยุติลงไปโดยปริยาย นวัตกรรมเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ แต่ก็ต้องเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการลงทุนในการพัฒนานวัตกรรมนั้น ๆ ซึ่งอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จเสมอไป สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจจะต้องเข้าใจในกลยุทธ์ และต้องยอมรับในการพัฒนานวัตกรรมที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเจริญเติบโตได้ต่อไปในอนาคต

3. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) คือ การแสดงออกถึงการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับองค์การโดยการทำงานเชิงรุกในองค์การจะต้องมีการติดตาม และตรวจสอบ รวมไปถึงการระบุแนวโน้มความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่ในตลาดเดิม โดยการคาดการณ์ถึงความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป หรือคาดการณ์ในปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการลงทุน ไม่เฉพาะแต่การทำงานเชิงรุกที่ต้องให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น หากแต่จะต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานภายในองค์การด้วยเพื่อก้าวสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นผู้บริหารที่ดำเนินกลยุทธ์การทำงานเชิงรุกจะต้องใส่ใจและต้องคอยแสวงหาข้อมูลอยู่เสมอ ๆ เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจ และการพัฒนาการดำเนินงานของตนเองการทำงานเชิงรุกก่อให้เกิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากเป็นการทำให้คู่แข่งขันมีสถานะหรือตำแหน่งที่เป็นฝ่ายตั้งรับไปโดยปริยาย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจกลายเป็นผู้นำในตลาดใหม่ และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ขององค์การที่มีเอกลักษณ์ มีเทคนิคการดำเนินงาน หรือมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานที่เรียกได้ว่าเป็นผู้นำในธุรกิจ (Fist mover) ที่มีความได้เปรียบ เช่น มีความได้เปรียบในการสร้างผลกำไรได้สูงเนื่องจากไม่มีคู่แข่งขันในตลาด สามารถสร้างความจดจำในตราสินค้า และภาพลักษณ์ที่มีต่อลูกค้าได้ ซึ่งล้วนแล้วแต่จะส่งผลให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้น

ปัจจัยในการทำงานเชิงรุก ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

3.1 มีการนำเสนอสินค้าใหม่ หรือการแสดงความสามารถในด้านเทคโนโลยีเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยที่สำคัญคือการมีวัฒนธรรมขององค์กรที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนและแสดงออกถึงการทำงานเชิงรุกเพื่อนำเสนอสินค้าหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น การกำหนดภารกิจขององค์กรที่มุ่งเน้นความเป็นผู้นำในสินค้าหรือตลาดนั้น ๆ

3.2 มีความพยายามที่จะค้นหา นำเสนอสินค้า และบริการใหม่อย่างต่อเนื่อง มีความพยายามในการเสาะแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรในรูปของกำไร เช่น การแสวงหาวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ หรือการสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตปัจจัยวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

4. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือ ความพยายามในการมุ่งพัฒนาความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้แข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกันเป็นความสามารถที่ธุรกิจจะต้องดำเนินกิจกรรมใด ๆ เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งขันอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ซึ่งอาจเป็นการใช้กลยุทธ์การตัดราคา การลดราคาเพื่อแย่งชิง และเพิ่มส่วนครองตลาด หรือความพยายามในการที่จะพัฒนาความสามารถในกำลังการผลิต ความสามารถในการแข่งขันยังเกี่ยวข้องกับการที่ธุรกิจมีศักยภาพ หรืออิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการอื่น ๆ เช่น ศักยภาพในด้านนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขันมีลักษณะที่แตกต่างจากการพัฒนานวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกที่จะมีลักษณะมองไปข้างหน้าเพื่อค้นหาแนวโน้ม และโอกาสที่ธุรกิจจะสามารถแสวงหาตลาดที่เพิ่มมากขึ้น แต่ความสามารถในการแข่งขันจะมุ่งไปที่การต่อสู้เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งขัน โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) หรือเรียกว่าการวิเคราะห์สวอต (SWOT) ซึ่งความสามารถในการแข่งขันจะเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อลดความเสียหายหรือหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม ในขณะที่นวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกจะเป็นการพิจารณาถึงโอกาสทางธุรกิจ

ความสามารถในการแข่งขันเพื่อพัฒนาตำแหน่ง และศักยภาพของธุรกิจประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

4.1 การเข้าสู่ตลาดด้วยสินค้าราคาต่ำ ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่มักกลัวในการเข้าสู่ตลาดที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากตลาดที่มีขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะเต็มไปด้วยธุรกิจที่มีเงินทุน และงบประมาณในการลงทุนสูง มีความได้เปรียบในการตั้งราคาสินค้าที่ต่ำกว่าและยังมีความสามารถในการรักษากำไรไว้ได้

4.2 การลอกเลียนแบบการดำเนินธุรกิจ หรือลอกเลียนแบบเทคนิคของคู่แข่งขันที่ประสบความสำเร็จ เป็นลักษณะของการลอกเลียนแบบในด้านความคิด และวิธีการดำเนินงานของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ อาจเป็นการเปรียบเทียบการดำเนินงานของตนเองกับคู่แข่งหรือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ (Benchmarking) เป็นการค้นหาการปฏิบัติที่ดีมีความเป็นเลิศ (Best practices) ที่ไม่ผิดต่อกฎหมาย

5. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) เป็นความพยายามในการฉกฉวยโอกาสที่ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าความพยายามนั้นจะประสบผลสำเร็จหรือไม่อย่างไร ซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่ต้องมีความเสี่ยงต่าง ๆ บนทางเลือกเพื่อให้ธุรกิจที่ดำเนินอยู่ดำเนินต่อไปได้ ความเสี่ยงอาจก่อให้เกิดผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูง แต่ธุรกิจก็ต้องรับภาระหนี้สินที่สูงขึ้นจากการลงทุนในทรัพยากรจำนวนมากเพื่อพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด และการลงทุนในเทคโนโลยีที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ลักษณะความเสี่ยงที่องค์การต้องเผชิญประกอบด้วยความเสี่ยง 3 ประเภท ดังนี้

5.1 ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business risk) เกี่ยวข้องกับการที่ไม่สามารถทราบถึงโอกาส และความน่าจะเป็นที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับการเข้าสู่ตลาดใหม่ที่ไม่มีการทดสอบล่วงหน้า และความไม่แน่ใจในเทคโนโลยี

5.2 ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการกู้ยืมเงินจำนวนมากเพื่อนำไปลงทุนเพิ่มเติมในทรัพยากร เพื่อสร้างความเจริญเติบโต ซึ่งในความหมายของความเสี่ยงทางการเงินในที่นี้คือผลตอบแทนจากการลงทุนที่ไม่อาจคาดเดาได้

5.3 ความเสี่ยงของบุคคล (Personnel risk) เป็นความเสี่ยงจากการตัดสินใจของผู้บริหารในการใช้กลยุทธ์ และการปฏิบัติงานของบุคลากรที่จะส่งผลกระทบต่อภาพรวมการดำเนินงานขององค์การ ความเสี่ยงในที่นี้จะเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเพื่อหวังผลตอบแทนหรือผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการ ธุรกิจอาจมีทางเลือกในการเผชิญกับความเสี่ยงได้หรือสามารถหลีกเลี่ยง และลดระดับความเสี่ยงขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์ในสถานการณ์นั้น ๆ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 มิติของผู้ประกอบการ

มิติ	ความหมาย
ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy)	ความเป็นอิสระในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์การ
การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	ลักษณะของการมองไปข้างหน้าเพื่อแสวงหาความเป็นผู้นำในตลาดเป็นการมองการณ์ไกลเพื่อแสวงหาโอกาส และความต้องการในอนาคต
ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveaggressiveness)	ความพยายามในการแข่งขันกับคู่แข่งขันในธุรกิจมีลักษณะที่ชอบต่อสู้ หรือมีการตอบสนองต่อการแข่งขันที่รุนแรง เพื่อพัฒนาตำแหน่งของธุรกิจ หรือขจัดอุปสรรคคู่แข่งขันในตลาด
การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking)	การตัดสินใจ และการปฏิบัติภายใต้สถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนหรืออาจต้องเชิญกับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ความหมายของผู้ประกอบการ

Longenecker, Moore, Petty and Palich (2006) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ค้นพบความต้องการของตลาด และดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยต้องเผชิญกับความเสี่ยง มีแรงกระตุ้นผลักดันเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในนวัตกรรม และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

Hatten (2006) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีโอกาส และผลประโยชน์ในธุรกิจ โดยเป็นผู้มีความรู้ และความเข้าใจในเรื่องการเงิน การจัดการวัตถุดิบ และการเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่ม หรือดำเนินธุรกิจ Hatten ได้ระบุลักษณะพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creation) มีการริเริ่มดำเนินธุรกิจใหม่

2. มีสร้างนวัตกรรม (Innovation) มีการผลิตสินค้าใหม่รวมถึงกระบวนการดำเนินธุรกิจ การตลาด และการจัดการองค์การด้วยกระบวนการใหม่ ๆ

3. มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยง (Risk management) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงอันเกิดจากการขาดทุน หรือความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ

4. มีความสามารถในการบริหารงานทั่วไป (General management) ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจจะต้องมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ของธุรกิจให้มีความเหมาะสม

5. มีความมุ่งหวังในประสิทธิภาพ (Performance intention) ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจ จะต้องมีความคาดหมายในผลกำไร หรือระดับการเจริญเติบโตของธุรกิจ

Wikipedia (2010) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งมีความเสี่ยง มีแนวความคิด เป็นผู้ยอมรับในความเสี่ยง และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของ หรือเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการในด้านของธุรกิจต่าง ๆ ที่สามารถวางแผน และจัดการ สร้างผลประโยชน์ให้กับองค์การ และบุคลากร ตลอดจนการทำธุรกิจประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวัง

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

Entrialgo (2002) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตามแนวความคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของ Miller (1983) ว่าคุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการจะต้องประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้ประกอบการแต่ละรายที่จะแสดงออกในการดำเนินธุรกิจ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

Covin and Slevin (1991) ได้อธิบายชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับปัจจัย นวัตกรรมการเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก โดยกล่าวว่า ลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริหารองค์การ 3 ประการ คือ ประการแรก การเผชิญกับความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเผชิญเมื่อมีการตัดสินใจลงทุน และการดำเนินกลยุทธ์ภายใต้สภาวะความไม่แน่นอนประการที่สอง จำนวนความถี่ และขอบเขตการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับผู้บริหารในการพัฒนาเทคโนโลยี และประการที่สามคือลักษณะทางธรรมชาติของผู้บริหารที่จะแสดงออกถึงระดับความสามารถในการแข่งขัน และการทำงานเชิงรุกเมื่อธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันในอุตสาหกรรม

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการหมายถึง คุณลักษณะทั้งภายใน และภายนอกของผู้ประกอบการ ซึ่งคุณลักษณะภายในประกอบด้วย ภาวะทางอารมณ์ นิสัย จิตใจ ความคิดที่จะสามารถพัฒนาองค์การให้มีความก้าวหน้า ส่วนคุณลักษณะภายนอก ประกอบด้วยบุคลิกภาพ การแต่งกาย ความสะอาด ตลอดจนสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นแบบอย่างที่ดีแก่สมาชิกในองค์การ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman et al. (1990) ได้ทำการศึกษาคุณภาพและการจัดการคุณภาพการบริการ ซึ่งทำการศึกษาตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1983 และยังสอดคล้องกับพาราสุรามานได้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นแต่พบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการค่อนข้างน้อย มีเฉพาะงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้า จึงเป็นผลทำให้ พาราสุรามานร่วมกับคณะทำการวิจัย โดยทำการวิจัยเป็นแบบเชิงสำรวจซึ่งเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และใช้เวลาศึกษานานถึง 7 ปี (ค.ศ. 1983-1990) โดยทำการศึกษาแบ่งเป็น 4 ระยะ โดยเริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพของกลุ่มผู้รับบริการกับผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง แล้วนำผลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนา รูปแบบคุณภาพการบริการ และต่อจากระยะแรกเป็นวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาโดยเฉพาะรับบริการ ซึ่งคณะทำการวิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษาคุณภาพบริการ ซึ่งเรียกว่า SERVQUAL (Service quality) รวมถึงการปรับปรุง เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งผล ที่เกิดจากการที่ผู้ใช้บริการเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการ รับรู้” (Perceived service quality) โดยเป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้ใช้บริการได้รับบริการแล้ว

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการไว้ 5 ด้าน ซึ่งเรียกว่า RATER และเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย 22 รายการ แบ่งการบริการทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

ความน่าเชื่อถือ (R: Reliability) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือให้บริการตามที่สัญญาไว้กับผู้รับบริการ และตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ตลอดจนสามารถ ใช้เครื่องมือใน การวัดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ความสามารถในการบริการของเจ้าหน้าที่ในการบริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้
2. ความสามารถในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการ และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการ
3. ความสามารถในการทำงานไม่ผิดพลาด
4. ความสามารถในการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ
5. ความสามารถในการมีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ

การสร้างความมั่นใจ (A: Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างความมั่นใจให้กับ ผู้รับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม และมีความรู้ที่เกี่ยวกับงานบริการเป็นอย่างดี ตลอดจนสามารถ ใช้เครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ความรู้ความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริการ
2. ความเชื่อมั่นและปลอดภัยในการใช้บริการ
3. ความมีมารยาทและความสุภาพของเจ้าหน้าที่
4. ความเชื่อมั่นในพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ

รูปลักษณ์ทางกายภาพ (T: Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์ต่าง ๆ ดูสวยงาม ทันสมัย รวมถึงบุคลากรมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1. ความทันสมัยของอุปกรณ์
2. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ
3. การแต่งกายของเจ้าหน้าที่
4. เอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับการบริการ

การดูแลเอาใจใส่ (E: Empathy) หมายถึง การให้ความสนใจและเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการอย่างเอาใจใส่และถือผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ ตลอดจนสามารถใช้เครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการแต่ละคนของเจ้าหน้าที่

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

2. ระยะเวลาในการเปิดให้บริการขององค์กร

3. ช่องทางในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กร

4. ความสนใจผู้ใช้บริการอย่างแท้จริงของเจ้าหน้าที่

5. ความสามารถในการเข้าใจในความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการ

การตอบสนอง (R: Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจในการแสดงถึงความพร้อม ความยินดี ในการบริการเสมอและรวดเร็วเมื่อผู้รับบริการเข้ามาติดต่อ ตลอดจนสามารถ ใช้เครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ความมีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว

2. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ใช้บริการ

3. ความรวดเร็วในการทำงานของเจ้าหน้าที่

4. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทันทีที่ต้องการ

Lewis, and Bloom (1983) ได้สรุปคำนิยามของคำว่าคุณภาพการให้บริการ คือ สิ่งที่เป็นตัวชี้วัดถึงระดับของการบริการ โดยผู้ให้บริการ ปฏิบัติต่อ ลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยสามารถสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่รับบริการได้ดีเพียงใด และในการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering service quality) กล่าวได้ว่า เป็นการตอบสนองต่อผู้รับบริการโดยอยู่บนพื้นฐานความคาดหวังของมาผู้รับบริการนั้น ๆ

Gronroos (1996) ได้ให้นิยามไว้ว่าของคุณภาพการให้บริการไว้ใน 2 ลักษณะ คือ 1) คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical quality) ซึ่งเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือ สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการต่าง ๆ โดยสามารถวัดคุณภาพได้เหมือนกับการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product quality) และ 2) คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional quality) ซึ่งเกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็นกระบวนการของการประเมิน

Crosby (1988) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า คุณภาพการบริการหรือ Service quality ซึ่งเป็นแนวคิดที่ถือหลักการการปฏิบัติงานบริการที่ปราศจากข้อผิดพลาด และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ตลอดจนทำให้ทราบของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้

สุมนา อยู่โพธิ์ (2532) ได้กล่าวไว้ความหมายของการบริการ คือ กิจกรรมประโยชน์ หรือหมายถึงความพึงพอใจ ที่ได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดรวมกันในการขายการบริการนั้น

สุจิตรา ชำนิวิกย์กรณ์ (2538 อ้างถึงใน ศรัณย์ ทิพย์บำรุง, 2544, หน้า 6) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นการกระทำ หรือหมายถึง การปฏิบัติที่เป็นการแสดงออก ในรูปแบบต่าง ๆ ในด้านความสะดวก ด้านความสบาย และด้านความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น การคมนาคม การสื่อสาร รวมถึงการประกันภัย ในลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

อมรา ผูกบุญเชิด (2539) ได้ให้ความหมายของการบริการ ไว้ว่า เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์และมนุษย์ซึ่งจะมีเงื่อนไข ของการบริการทั้งที่เป็นแบบรูปธรรมและเป็นแบบนามธรรม จะเกิดขึ้นในลักษณะ ด้านความสะดวก ด้านความรวดเร็ว ด้านความถูกต้อง และด้านอัธยาศัยเป็นพื้นฐาน

วัลดา บินซาเว็น (2543, หน้า 9) ได้สรุปความหมายในการบริการไว้ว่า การบริการเป็นเป็นลักษณะของสิ่งที่ไม่มีตัวตน และเป็นลักษณะของความพึงพอใจที่เป็นแบบนามธรรม ซึ่งมีลักษณะที่จะแตกต่างจากสินค้าที่เป็นแบบรูปธรรม ตามแนวคิดทางด้านของการให้บริการ จะมีลักษณะของผู้ให้บริการที่มีความตั้งใจในการกระทำ หรือในการปฏิบัติต่อลูกค้าในการแสดงออกถึงความชัดเจน ความแน่นอน และทำให้การบริการให้กับลูกค้าประสบความสำเร็จ คือจะต้อง ทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการจนเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเป็นตามความคาดหวังหรือมากกว่า

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินการการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างดีเยี่ยม ตลอดจนเกิดความพึงใจต่อการให้บริการของผู้ให้บริการให้มากที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับหลักการให้บริการ

ประนม ถาวรเวช (2545, หน้า 8) ให้คำนิยามของการให้บริการที่ดี ว่า ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ มีรอยยิ้มใน 4 รูปแบบ คือ แบบที่ 1 รอยยิ้มแบบทักทาย แบบที่ 2 รอยยิ้มแบบพร้อมที่จะพูด แบบที่ 3 รอยยิ้มแบบเปิดหมดทั้งหน้าตา ปาก และแบบที่ 4 รอยยิ้มแบบพูดพร้อมยิ้ม ซึ่ง รูปแบบรอยยิ้มทั้งหมด จะให้ความรู้สึกอบอุ่น การทักทายด้วยน้ำเสียงที่น่าฟัง รวมถึงมีหางเสียง ที่ไม่ควรพูดเร็วหรือสั้นเกินไป อีกทั้งควรให้ความเอาใจใส่แก่ผู้มารับบริการ

นฤมล โชติเวช (2546, หน้า 11) ให้คำนิยามของการให้บริการที่ดีว่า ทุกคนควรขจัดสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวออกไปให้หมดสิ้น เพื่อให้เปิดใจรับฟังผู้อื่นพร้อมทำความเข้าใจกับสิ่งนั้น ๆ และปรับจิตใจให้ยอมรับในอาชีพที่ปฏิบัติอยู่ ซึ่งในการบริการเป็นการให้บริการต่อผู้มารับบริการหรือมีการติดต่อสื่อสารกันทันที จำเป็นต้องมีท่าทางความรู้สึกบนใบหน้า การใช้คำพูด การใช้น้ำเสียง และ การสบตาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก เพราะเป็นการให้เกียรติกับผู้มารับบริการ โดยส่วนใหญ่ ผู้มารับบริการมีความต้องการในด้าน ความรวดเร็ว ความทันใจ ความสมหวัง ความต้องการในการยอมรับ ความต้องการความเป็นกันเองเมื่อเข้าใจบทบาทของผู้มารับบริการแล้วก็จะทำให้การบริการนั้น ๆ เป็นไปอย่างมีคุณภาพ

วิชาญ ฤทธิรงค์ (2528) ได้เสนอแนะการบริการว่า การให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับ เพื่อให้เกิดความพอใจอยากที่จะมาใช้บริการอีก ควรดำเนินการ ดังนี้

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

1. การแต่งกายของพนักงานสะอาด เรียบร้อย

2. การต้อนรับของพนักงานต่อลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน

3. การมีความรอบรู้ในหน้าที่ ของพนักงาน บริการด้วยความรวดเร็วมีความกระตือรือร้น

4. ควรมีข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม

5. การให้บริการจำเป็นต้องรู้ถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

6. สถานที่ปฏิบัติงานต้องดูแลให้สะอาด มีการจัดที่พักคอยสำหรับลูกค้า

7. ควรมีการเยี่ยมลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

8. มีการสร้างสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้าชนิดปากต่อปากซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลที่สุด

9. มีการพัฒนาปรับปรุงระบบงานโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามา

10. มีการให้คำแนะนำด้านวิชาการและการตลาดแก่ลูกค้า

กุลธน ธนาพงศธร (2530) ได้ให้หลักการให้บริการไว้ว่า ซึ่งประกอบด้วย

1. หลักความสอดคล้องและหลักความต้องการ หมายถึง ประโยชน์หรือการบริการที่องค์การจัดการให้จำเป็นจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่หรือกล่าวคือสามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลโดยรวม ซึ่งจะมิใช่เป็นการจัดการให้แก่บุคคลคนใดโดยเฉพาะ เพราะจะทำให้ไม่เกิดประโยชน์ รวมถึงการไม่เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินการอีกด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ หมายถึง การให้บริการนั้น ๆ จำเป็นต้องมีการดำเนินเป็นไปอย่างต่อเนื่องและเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ไม่ใช่ทำตามความพึงพอใจของผู้บริหารหรือทำตามความพึงพอใจผู้ปฏิบัติงานเป็นหลัก

3. หลักความเสมอภาค หมายถึง การบริการที่จัดการบริการให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการอย่างทั่วถึงโดยการบริการต้องเป็นไปอย่างสม่ำเสมอและเป็นไปอย่างโดยเท่าเทียมกันทุก ๆ คน ทั้งนี้การบริการจะไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือสิทธิพิเศษแก่กลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่นอกเหนือจากบุคคลอื่น ๆ

4. หลักของความประหยัด หมายถึง การประหยัดในค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้จ่ายในการบริการโดยที่จะต้องไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นหรือมากเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักในความสะดวก จะหลักในการบริการที่จัดเพื่อผู้รับบริการ และผู้รับบริการได้รับในลักษณะของการปฏิบัติโดยความสะดวก ความสบาย และการที่ไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร อีกทั้งยังไม่เป็นการเพิ่มภาระโดยตรงต่อผู้ให้บริการจนเกินไป

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า หลักการให้บริการ หมายถึง การเสนอแนวปฏิบัติต่อผู้รับบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการที่ได้ตกลงร่วมกัน ซึ่งประกอบด้วยความพอใจและความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการต่อการบริการ

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

Good (1973) ได้ให้นิยามของความพึงพอใจ ไว้ว่า สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ โดยเป็นผลมาจาก ความสนใจในด้านต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น

Oliver (1997) ได้ให้นิยามของความพึงพอใจ หมายถึง การตอบสนองที่แสดงให้เห็นถึงความประสงค์ของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและมีต่อการได้รับบริการ อีกทั้งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในมุมมองที่มีความแตกต่างกันตามมุมมองของแต่ละคน

Wolman (1973) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึกในลักษณะมีความสุข โดยการได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่คาดหวัง ตามความต้องการหรือตามแรงจูงใจ

Quirk (1987) ได้ให้นิยามของความพึงพอใจ ไว้ว่า ความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับ ผลของความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ตนเองต้องการ

Hornby (2000) ได้ให้นิยามของความพึงพอใจ ไว้ว่า ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จต่าง ๆ หรือได้รับสิ่งที่ตนเองต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

วิรุฬ พรรณเทวี (2542, หน้า 111) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ โดยหมายถึงความรู้สึก ซึ่งอยู่ภายในจิตใจของมนุษย์ และมีลักษณะที่ไม่เหมือนกัน แต่มักที่จะเกิดขึ้นกับแต่ละบุคคลว่าจะมีลักษณะของความคาดหวังกับสิ่งใด สิ่งหนึ่ง ซึ่งถ้ามีความคาดหวัง และมีความตั้งใจเป็นอย่างมาก ถ้าได้รับผลลัพธ์ที่ตอบสนองด้วยดีจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าไม่สมหวังหรือเกิดความไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง แล้วถ้าไม่ได้รับผลลัพธ์การตอบสนองตามที่ตนได้คาดหวังไว้ ทั้งนี้มักจะขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนได้คาดหวังไว้มากหรือคาดหวังน้อย

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530, หน้า 42) ได้ให้นิยามของความพึงพอใจ ไว้ว่า หลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐของเขาไว้ว่า ระดับผลงานที่ได้รับจากการติดต่อบริการ มีความสอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่หรือไม่ ส่งผลในทางที่ดีและสร้างความภูมิใจเพียงใด และสร้างความภูมิใจได้เพียงใด

สาโรช ไสยสมบัติ (2534, หน้า 18) ได้ให้นิยามของความพึงพอใจ ไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่มีสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่จะส่งผลช่วยให้การทำงานหรือ การปฏิบัติกิจกรรม ประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นลักษณะของงานที่มีความเกี่ยวกับการบริการที่เป็นลักษณะการให้บริการ และในส่วนที่นอกเหนือจากระดับของผู้บริหารที่จะดำเนินการให้

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ผู้ปฏิบัติงานได้เกิดความพึงพอใจ ในการปฏิบัติงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการในการสร้างให้ผู้รับบริการได้เกิดความพึงพอใจอีกด้วย ทั้งนี้เพราะมีส่วนที่จะทำให้องค์กรเกิดความเจริญก้าวหน้าในด้านการบริการ และยังเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำเร็จขององค์กรของจำนวนผู้มารับบริการจากองค์กร ดังนั้นแล้วระดับของผู้บริหารที่มีความสามารถและความชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัย เหตุผล รวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งต่อผู้ให้บริการและต่อผู้มาใช้บริการ

วัลภา ชายหาด (2532) ได้ให้นิยามของความพึงพอใจ ไว้ว่า ความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการใช้บริการของบริการสาธารณะว่า หมายถึง ระดับของความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในลักษณะดังนี้

1. การบริการ อย่างเท่าเทียมกัน
2. การบริการ อย่างรวดเร็วและทันเวลา
3. การบริการ อย่างต่อเนื่อง
4. การบริการ อย่างก้าวหน้า

จากความหมายดังกล่าวจากข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้นิยามของความพึงพอใจ ไว้ว่าเป็นผลของการได้รับการตอบสนองจากการได้ใช้การบริการ สอดคล้องกับความต้องการที่ตนได้คาดหวัง ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการปฏิบัติ โดยได้รับการบริการที่ดีจาก ผู้ให้บริการ

ทฤษฎีความพึงพอใจ

Shelli (1995, p. 9) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าของด้านแนวคิด ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ทั้งนี้สามารถสรุปลักษณะของด้านของความรู้สึกมนุษย์ ซึ่งความรู้สึกแบ่งออกได้เป็นสองแบบ ประกอบด้วย ความรู้สึกแบบที่ 1 คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกแบบที่ 2 คือ ความรู้สึกในทางลบ ทั้งนี้ความรู้สึกในทางบวกมักจะเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะส่งผลทำให้ระบบของความรู้สึกมีการย้อนกลับ อีกทั้งความรู้สึกแบบนี้ยังสามารถที่จะทำให้เกิดความรู้สึกที่เป็นความสุขหรือทำให้เกิดความรู้สึกไปในทางบวกเพิ่มขึ้นมากขึ้น ซึ่งพบว่า ในการเกิดความรู้สึกที่เป็นความสุขมักจะเป็นความรู้สึกที่ค่อนข้างที่จะมีความสลับซับซ้อน อีกทั้งความสุขแบบนี้ มักจะส่งผลต่อบุคคลมากกว่า ด้านของความรู้สึกในที่เกิดขึ้นในทางบวกในของด้านอื่น ๆ รวมถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นในทางลบ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในทางบวก ตลอดจนความรู้สึกที่เกิดขึ้นในด้านของความสุขจะส่งผลต่อความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน อย่างสลับซับซ้อน รวมถึงระบบของความสัมพันธ์ด้านความรู้สึกที่เกิดขึ้นทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ แล้วระบบความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อ ระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกในด้านทางบวกมีลักษณะที่มากกว่าความรู้สึกในด้านทางลบ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow (1970) มาสโลว์ ได้จัดลำดับขั้นของสิ่งจูงใจ หรือลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ไว้ทั้งหมด 5 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการพื้นฐานทางสรีระ

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยรอดพ้นอันตรายและมั่นคง

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรัก ความเมตตา ความอบอุ่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ

ขั้นที่ 4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การยกย่อง และความเคารพตัวเอง

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จด้วยตนเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้นิยามของความพึงพอใจของลูกค้าไว้ว่า เป็นระดับของความรู้สึกที่ลูกค้าได้จากการเปรียบเทียบที่เกิดขึ้นระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือ ผลจากการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังจากลูกค้า หรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการคาดหวังของผู้รับการหรือบริการจากการคาดหวังของลูกค้า

Parasuraman, Zaithamal and Berry (1994 อ้างถึงใน ภูษิต สายกิ้มซ้วน, 2550, หน้า 18-20) ได้สรุป หลักการของบริการที่ดี ไว้ว่า จะต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. ความเชื่อมั่นของความไว้วางใจต่อการได้รับการบริการ รวมถึง มีความถูกต้องความแม่นยำ รวมถึงของความเหมาะสมที่ต้องเกิดขึ้นตั้งแต่ครั้งแรก ตลอดจนความจำเป็นต้องมีความสม่ำเสมอ กล่าวคือ ในการบริการทุกครั้งจะต้องได้ผลลัพธ์ในลักษณะแบบเดิม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการเกิดความรู้สึกได้ว่า ผู้ให้บริการสามารถที่จะเป็นที่พึ่งได้ ตัวอย่างเช่น มีความถูกต้องแม่นยำในการวินิจฉัย

2. ความมีสมรรถภาพในการให้บริการ โดยที่ผู้ให้บริการควรที่จะมีทักษะและมีความรู้ความสามารถต่อการบริการ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ลูกค้า หรือผู้ที่มารับบริการได้ ดังเช่น ในทางการแพทย์ แพทย์มีความเชี่ยวชาญในการวินิจฉัย และการรักษาโรค โดยเภสัชกรมีความรู้ และความเชี่ยวชาญในเรื่องเกี่ยวข้องกับยา ฯลฯ หรือบุคคลอื่น ๆ มีทั้งความรู้และความสามารถโดยเฉพาะตามสาขาของตน ซึ่งจะสามารถนำมาใช้พัฒนาในการบริการให้เกิดการบริการได้อย่างเต็มที่

3. ความสามารถในการตอบสนองของความต้องการผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องมีทั้งความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ของผู้มารับบริการได้อย่างทันท่วงที ตัวอย่างเช่น โรงพยาบาลมีความพร้อมที่จะรับผู้ป่วยจากเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และทันท่วงที

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

4. ความมีอัธยาศัยไมตรี ผู้ให้บริการทุกคนในสถานบริการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีอัธยาศัย มีความสุภาพ มีการเอาใจใส่ และมีความเห็นใจผู้มารับบริการ รวมทั้งจำเป็นต้องมีกิริยามารยาท ทั้งการแต่งกาย และการใช้วาจาที่เหมาะสมด้วย

5. การเข้าถึงการบริการของผู้มารับบริการ ผู้มารับบริการจะต้องเข้าถึงการบริการได้โดยง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ ทั้งนี้ยังรวมถึงการบริการนั้นจำเป็นจะต้องมีการกระจายไปอย่างทั่วถึง ตัวอย่างเช่น การคมนาคมที่มีความสะดวกต่อการบริการที่เป็นระเบียบรวดเร็ว โดยที่ไม่ต้องนั่งรอนาน และควรการให้บริการเป็นไปอย่างเสมอภาค

6. ความน่าเชื่อถือ จะต้องมาจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของทางด้านผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางการแพทย์ และจะทำให้บริการนั้นอาจเกิดจากปัจจัยด้านอื่น ๆ เสริมอีก ตัวอย่างเช่น ด้านชื่อเสียงของโรงพยาบาลและด้านคุณภาพของบุคลากรต่าง ๆ

7. การสื่อสาร ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการควรมี และผู้ให้บริการควรให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่ส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้มารับบริการพึงได้รับทราบและประสงค์จะทราบ ตัวอย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลที่ผู้ป่วยจะได้รับข้อมูลในเรื่องค่าใช้จ่าย หรือทางเลือกในการรักษา ฯลฯ ซึ่งนอกจากนี้แล้ว จำเป็นต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของทางด้านผู้ให้บริการและด้านผู้รับบริการในด้านอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น ระดับการศึกษา เป็นต้น

8. ความมั่นคงปลอดภัย ถือได้ว่าเป็นความรู้สึกที่มั่นใจ รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนด้านอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น ด้านชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย รวมถึงข้อสงสัยต่าง ๆ เช่นการรักษา ความลับผู้ป่วย

9. ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกรับรู้ได้ถึงการบริการนั้นได้อย่างชัดเจนและอย่างง่ายขึ้น ตัวอย่างเช่น การที่โรงพยาบาลมีสถานที่มีขนาดใหญ่ มีความหรูหรา มีความสะอาด มีเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย ตลอดจนการบริการมีความเหมาะสม เป็นต้น และนอกจากนี้ยังมีสิ่งอื่นที่สามารถช่วยสร้างรูปธรรมในการให้บริการได้อีก อาทิเช่น การแสดงรอยยิ้มเป็นสื่อที่สามารถแสดงอัธยาศัยไมตรีที่ดีของผู้ให้บริการ

10. ความเข้าใจและการรู้จักผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการควรจะทำความเข้าใจ และควรรู้จักผู้มารับบริการที่มาใช้บริการของตนเอง ตัวอย่างเช่น ในการที่แพทย์หรือพยาบาล สามารถจดจำชื่อของผู้ป่วยได้ ผู้ให้บริการสามารถจดจำชื่อ และลักษณะของลูกค้าของตนเองได้ ฯลฯ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่ดี รู้สึกพึงพอใจ ของผู้รับบริการที่ได้รับบริการในสิ่งที่พอใจ ประทับใจ ตามที่ผู้รับบริการคาดหวังและตั้งใจหรือมากกว่าที่คิดไว้ ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด

บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด เป็นบริษัท Outsource ทางด้านแรงงาน ที่เปิดให้บริการทางด้าน Outsource มาแล้วเป็นเวลา 15 ปี ซึ่งมีลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ไม่ต่ำกว่า 30 โรงงาน และยังมีพนักงาน Outsource เป็นจำนวนมากกว่า 2,300 คน ซึ่งในปัจจุบัน บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด ได้ร่วมลงทุนกับ บริษัทประเทศญี่ปุ่น มีทุนจดทะเบียน 40,000,000 บาท

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วุฒิชัย ชิตเจริญ (2544) ได้รายงานผลการวิจัยในวิทยานิพนธ์เรื่อง พัฒนาการและปัญหาของธุรกิจบริการจ้างเหมาแรงงานภายนอกที่ให้บริการแก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ศึกษากรณีเฉพาะบริษัททักษ์กรุฟ จากัด พบว่า องค์การที่จ้างงานภายนอกจะได้รับประโยชน์จากการจ้างงานภายนอกเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้จากพนักงานประจำ

ดนัย เทียนพุฒ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ทิศทางและบทบาทการบริหารทรัพยากรบุคคลในทศวรรษหน้า ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมทรัพยากรมนุษย์ในทศวรรษหน้าที่จะมีบทบาทสำคัญและเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนธุรกิจหรือการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดยในระดับบริหารงานบริหารทรัพยากรมนุษย์จะใช้การจ้างงานภายนอก (Outsourcing) หรือบริษัทที่ปรึกษา (Consultants) เพิ่มขึ้น ทั้งในด้านการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนา หรืองานในด้านการสำรวจค่าจ้างเงินเดือน โดยบริษัทขนาดใหญ่จะทำการจัดจ้างงานหน่วยงานภายนอกทั้งหมด แต่ในขณะที่บริษัทขนาดเล็กจะเลือกจัดจ้างงานหน่วยงานภายนอกเพียงบางส่วนเท่านั้น ตามความสามารถในการจ่ายที่มีอยู่เท่านั้น ซึ่งนอกจากนี้แล้ว ยังพบได้ว่าในด้านธุรการงานบุคคล ก็จะมีบทบาทหน้าที่ลดลงอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากจะถูกแทนที่ด้วยศูนย์ข้อมูลด้านบุคลากรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ดังนั้นจะส่งผลกระทบจะทำให้มีการใช้บุคลากรลดน้อยลงและจะทำหน้าที่เฉพาะในการป้อนข้อมูลเข้าสู่ระบบเท่านั้น

ขวัญเชิญ ภาคฐิน (2546) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม จากตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารจำนวน 272 ราย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการ จำนวนเงินทุน และนโยบายภาครัฐ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการ

กมลกานต์ เทพธรานนท์ (2548) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษาตัวอย่างจำนวน 409 ราย ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple

regression) ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการพบว่า ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรจำนวน 10 ตัวแปร ที่เป็นปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์ การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจ ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีความเชื่อเรื่องโชค

ดารนี ชาติทอง (2548) ได้ทำ การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมโฟร์ซีซั่น กรุงเทพมหานคร โดยการทำ วิจัยเชิงคุณภาพ จากเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้จัดการและพนักงานปฏิบัติการของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการและศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ตลอดจนวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของแผนอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมโฟร์ซีซั่น กรุงเทพ โดยผลการศึกษาพบว่า การใช้กลยุทธ์การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมโฟร์ซีซั่น กรุงเทพ คือ การที่ให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลางธุรกิจ (Customer centric) โดยจำเป็นที่จะเน้นการให้บริการที่จะเป็นส่วนตัวและในการสร้างความพึงพอใจสำหรับการบริการให้มากที่สุด ซึ่งจะเน้นของการมีมาตรฐานและมีวัฒนธรรมของการให้บริการและการใช้กลยุทธ์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของทั้งแผนกอาหารและแผนกเครื่องดื่ม ซึ่งมีการแก้ปัญหาที่มีกระบวนการและมีขั้นตอนที่ชัดเจนเพื่อทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และเป็นการสร้างความภักดีของลูกค้า

ฉวีวรรณเพ็ชร ประสม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการบริการประสบการณ์ลูกค้าต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิต ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานและผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บัตรเครดิตอย่างน้อย 1 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยพบว่า ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ทางด้านการเก็บรักษาลูกค้าจะเกิดผลกระทบโดยตรงต่อคุณค่าตราสินค้าธุรกิจสินเชื่อเป็นอย่างมาก และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในด้านโปรแกรมการสร้างความสัมพันธ์เกิดผลกระทบโดยทางอ้อมต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตเป็นอย่างมาก และผลกระทบโดยรวมของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ต่อคุณค่าตราสินค้าด้านธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิต สรุปได้ว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในด้านการเก็บรักษาลูกค้าจะเกิดผลกระทบโดยรวมต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตมากที่สุด

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource ทางด้านแรงงาน และคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัดเป็นการวิจัยเชิงผสมระหว่างเชิงปริมาณ กับเชิงคุณภาพ ซึ่งได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้าง และการทดสอบเครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ Outsource บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัดและ โรงงานผู้รับบริการ Outsource ในจังหวัดชลบุรีที่ใช้บริการ บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากประชากร ทั้งหมด และมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่ใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการบริการ Outsource โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม มีดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการ Outsource บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด จำนวน 7 คน ประกอบด้วย ประธานกรรมการ ผู้จัดการฝ่ายบุคคล ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชี และผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด

กลุ่มที่ 2 โรงงาน Outsource ในจังหวัดชลบุรีที่ใช้บริการ บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด พิจารณาหลักเกณฑ์ตามตำแหน่งหน้าที่การปฏิบัติงาน จำนวน 30 โรงงาน ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัดทั้งหมด รวมทั้งสิ้นจำนวน 150 คน โดยแบ่งเป็นโรงงานละ 5 คน โดยเลือกจากหน้าที่ความรับผิดชอบในโรงงานซึ่งประกอบด้วย

1. หัวหน้าด้านปฏิบัติงานและประสานงาน จำนวน 1 คน
2. หัวหน้าด้านสรรหาบุคลากร จำนวน 1 คน
3. หัวหน้าด้านบัญชีและการเงิน จำนวน 1 คน
4. หัวหน้าด้านวางแผนการผลิต จำนวน 1 คน
5. หัวหน้าด้านควบคุมคุณภาพ จำนาน 1 คน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

การสร้าง และการทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary research) เป็นการรวบรวมข้อมูล จากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎี ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการค้นคว้าและการสืบค้นข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาและใช้เป็นฐานในการกำหนดตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยต่อไป

2. การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) และ การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) ซึ่งสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจในการทำงาน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 แบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) ประกอบด้วย อายุ อายุงาน การศึกษา รายได้ และตำแหน่ง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ Outsource มีผลต่อความพึงพอใจของโรงงานผู้รับบริการ Outsource ในจังหวัดชลบุรี คำถามส่วนนี้เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบของมาตราไลเกิร์ท (Likert scale) โดยแต่ละคำถามจะมีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างมาก ซึ่งคำถามที่ใช้เป็นคำถามเพื่อทดสอบสมมติฐานของโรงงานผู้รับบริการ Outsource ในจังหวัดชลบุรี

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละข้อตามลำดับ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างมาก	หมายถึง 5 คะแนน
เห็นด้วย	หมายถึง 4 คะแนน
ปานกลาง	หมายถึง 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	หมายถึง 1 คะแนน

โดยเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มค่าคะแนนระดับความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้ค่าทางสถิติ คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต กำหนดช่วงของการวัด คือ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับชั้นที่แบ่ง}} = \frac{5\text{-}1}{5} = 0.80$$

4.21-5.00 หมายถึง คุณภาพการบริการในระดับมาก

3.41-4.20 หมายถึง คุณภาพการบริการในระดับค่อนข้างมาก

2.61-3.40 หมายถึง คุณภาพการบริการในระดับปานกลาง

1.81-2.60 หมายถึง คุณภาพการบริการในระดับค่อนข้างน้อย

1.00-1.80 หมายถึง คุณภาพการบริการในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงความเห็นในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ปัญหา และอุปสรรคของการให้บริการและข้อเสนอแนะหรือความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับปรุงคุณภาพของผู้ประกอบการ Outsource โดยตอนท้ายของคำถามจะเป็นคำถามลักษณะปลายเปิด

ในส่วนของการทดสอบเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ดังนี้

การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรง (Content validity) ของเนื้อหา ตามทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบในการวิจัย หลังจากนั้นจึงนำข้อเสนอแนะที่ได้กลับมาทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์

การทดสอบความเชื่อมั่น (Try out) ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรของการวิจัยในครั้งนี้คือ โรงงานผู้รับบริการ Outsource ในจังหวัดชลบุรี แล้วนำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนน และวิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือโดยคำนวณหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งพบว่า มีค่า .96 อันหมายความว่าแบบสอบถามได้รับความเชื่อมั่นสูงเพียงพอขึ้นไป จึงสามารถนำไปใช้สอบถามกลุ่มประชากรได้ สุดท้ายได้นำข้อมูลจากการทดสอบมาปรับแก้ไขรายละเอียดในแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

2.2 การสัมภาษณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนความคิดเห็นและนำเสนอแนวทางการสร้างคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการ Outsource โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์ (รายละเอียดในภาคผนวก) เป็นการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant)

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แนวคำถาม ในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยการศึกษาประเด็นคำถามจากวัตถุประสงค์ของการศึกษา แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาตลอดจนวรรณกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาของคำถามสามารถปรับได้ตามลักษณะของผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยอาศัยวิธีการตั้งคำถามที่มีความเข้าใจง่าย เป็นคำถามแบบปลายเปิดไม่มีลักษณะของคำถามนำ

2. สมุดและเครื่องบันทึกเสียงสำหรับบันทึกข้อมูลเป็นเครื่องมือสำหรับการจด และบันทึกข้อมูลจากประเด็นคำถามในการสำภาษณ์ทุก ๆ คำถามอย่างละเอียด ในการสัมภาษณ์ผู้สัมภาษณ์จะมีการนัดหมายล่วงหน้ากับผู้ให้การสัมภาษณ์ก่อนในเรื่องของช่วงเวลาและสถานที่ที่ใช้ในการสัมภาษณ์

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Data credibility) ด้วยวิธีการตรวจสอบในขณะสัมภาษณ์จากผู้สัมภาษณ์ด้วยตัวผู้ศึกษาเอง เป็นเกณฑ์ในการวัดความเชื่อถือได้ที่เกิดจากการที่ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกคุ้นเคยกับผู้ศึกษาจนมีพฤติกรรมและการแสดงออกที่เป็นธรรมชาติ อีกทั้งความเชื่อถือได้ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและให้ข้อมูลเกิดความเป็นจริงน่าเชื่อถือ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องหลายคน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แบบสอบถาม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1.1 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามไปยังโรงงานผู้รับบริการ Outsource ในจังหวัด จำนวน 30 โรงงาน ทั้งหมด จำนวน 150 ชุด โดยใช้ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลาประมาณ 2 สัปดาห์ ได้แบบสอบถามกลับคืนมา 150 ชุด

1.2 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ และให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

1.3 การประมวลผล การจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ช่วยในการตรวจสอบและจัดเตรียมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บมาด้วยการดำเนินการสร้างคู่มือลงรหัส และการลงรหัส

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

2. การสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้เตรียมความพร้อมในส่วนของคำถามสำหรับการเข้าไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Outsource บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด โดยการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีสัมภาษณ์แบบถึงตัว เป็นการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ จากนั้นจึงเชื่อมโยงสู่ประเด็นปัญหาที่มีผลกระทบกับแนวทางการสร้างแรงจูงใจในการทำงานของหน่วย เพื่อให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นในประเด็นคำถามที่ได้เตรียมไว้ทีละหัวข้อและจำแนกทีละประเด็นลักษณะการสัมภาษณ์เป็นแบบใกล้ชิดเป็นกันเอง เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลเกิดความรู้สึกผ่อนคลายความวิตกกังวล

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถาม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาประมวลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ และถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับ เพื่อนำมาบันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามลงแบบรหัส (Coding sheet) และได้กำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดย

1. กำหนดตัวแปรในการวิจัย ดังนี้

   1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

      1.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

   1.2 ตัวแปรตาม (Dependent variables)

      1.2.1 คุณภาพของการบริการ Outsource

2. การประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีขั้นตอน ดังนี้

   2.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามทุกชุด

   2.2 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์

   2.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรม

   2.4 ประมวลผลข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัย

3. อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มประชากรโดยใช้สถิติพรรณนาจากการหาจำนวนร้อยละ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐาน โดยสถิติที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ประกอบด้วย

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

4.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อดูการกระจายของข้อมูล และเพื่อใช้ในการเสนอข้อมูลทั่วไปของประชากร

4.2 ค่าความถี่ (Frequency)

4.3 ค่ามัณฉิมเลขคณิต (Mean) = $X = \frac{\sum X}{N}$

4.4 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้ในการดูค่าเฉลี่ยและการกระจายของข้อมูล

$$SD = S = \sqrt{\frac{\sum_{i-1}^{N} (X_i - \mu)^2}{N-1}}$$

4.5 One-way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงจะทดสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe's method)

การสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้นำข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัยมาจัดให้เป็นระบบ จากนั้นจึงหาความหมาย องค์ประกอบ เชื่อมโยงและหาความสำคัญของข้อมูล เพื่อให้สามารถนำไปสู่ความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยหลังจากที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแล้ว จะนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละรายมาวิเคราะห์เข้าด้วยกัน เพื่อหาข้อสรุป ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในหลายลักษณะ ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic induction) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหลังจากที่ผู้วิจัยได้สัมผัสกับปรากฏการณ์ที่ทำการวิจัย จะสร้างข้อมูลที่เป็นข้อสรุปชั่วคราว จากนั้นจะทำการณ์เชื่อมโยงข้อสรุปย่อยต่าง ๆ เพื่อแสดงความสัมพันธ์และนำไปสู่ข้อสรุปที่ใหญ่ขึ้น

2. การวิเคราะห์ โดยการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกประเภทข้อมูล โดยการจัดข้อมูลเป็นหมวดหมู่ หรือประเภทจากเกณฑ์บางอย่างตามลักษณะที่ข้อมูลนั้นมีอยู่ร่วมกันเป็นตัวจำแนก

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

3. การวิเคราะห์ โดยการเปรียบเทียบข้อมูล (Comparative analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบจาก ความเหมือนและความแตกต่างที่มีอยู่ในคุณลักษณะ (Qualities) หรือคุณสมบัติ (Attributes) ของข้อมูลตั้งแต่สองชุดขึ้นไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตีความข้อมูล (Interpretative analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยตีความข้อมูล เป็นความพยายามในการดึงความหมายออกมาจากข้อมูลที่มีอยู่ เป็นการทำความเข้าใจและความหมายที่ลึกของข้อมูล

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจ้างผู้ให้บริการ Outsource และคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูล และ ได้นำมาวิเคราะห์ผลการศึกษา นำเสนอโดยลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ Outsource ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อายุงาน และตำแหน่งหน้าที่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ Outsource ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความน่าชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 4 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Outsource บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ outsourcing ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 จะนำเสนอผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อบอกให้ทราบถึงคุณลักษณะบางประการที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และตีความข้อมูลต่าง ๆ ในผลการศึกษาส่วนอื่น ๆ ซึ่งรายละเอียดของผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าความถี่และร้อยละในเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	91	60.7
หญิง	59	39.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 60.7 และเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 39.3 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 3 ค่าความถี่และร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	5	3.33
26-30 ปี	59	39.3
31-35 ปี	65	43.3
36-40 ปี	18	12
40 ปีขึ้นไป	3	2
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมามีอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.3 มีอายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 12 มีต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.33 และมีอายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2 ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 4 ค่าความถี่และร้อยละของวุฒิการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.67
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	25	16.7
อนุปริญญาหรือปวส.	98	65.3
ปริญญาตรี	23	15.3
สูงกว่าปริญญาตรี	3	2
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าด้านระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีการศึกษาระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3 และมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตาราง

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ตารางที่ 5 ค่าความถี่และร้อยละ ในอายุงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	4	2.67
1-3 ปี	25	16.7
4-6 ปี	83	55.3
7-9 ปี	35	23.3
10 ปีขึ้นไป	3	2
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุงาน 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมามีอายุงาน 7-9 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.3 มีอายุงาน 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.67 และมีอายุงาน 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 6 ค่าความถี่และร้อยละ ในระดับตำแหน่งงานหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่งงานหน้าที่	จำนวน	ร้อยละ
ด้านปฏิบัติงานและประสานงาน	38	25.3
ด้านสรรหาบุคลากร	29	19.3
ด้านบัญชีและการเงิน	26	17.3
ด้านวางแผนการผลิต	37	24.7
ด้านควบคุมคุณภาพ	20	13.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ระดับตำแหน่งงานหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ด้านปฏิบัติงานและประสานงาน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาด้านวางแผนการผลิต คิดเป็นร้อยละ 24.7 ด้านสรรหาบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 19.3 ด้านบัญชีและการเงิน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และด้านควบคุมคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตาราง

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ Outsource

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)

ด้านความน่าชื่อถือ (Reliability)

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)

ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)

ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)

ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ค่าเฉลี่ย	SD	ผลของปัจจัยคุณภาพของการบริการ
1. พนักงานของ Outsource มีการแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย	4.39	0.62	ค่อนข้างมาก
2. พนักงานของ Outsource มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ	4.31	0.62	ค่อนข้างมาก
3. พนักงานของ Outsource ยินดีรับฟังคำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้า	3.85	0.75	ค่อนข้างมาก
รวม	4.18	0.66	ค่อนข้างมาก

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 โดยมีด้านพนักงานของ Outsource มีการแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 มีด้านพนักงานของ Outsource มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และด้านพนักงานของ Outsource ยินดีรับฟัง คำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ค่าเฉลี่ย	SD	ผลของปัจจัยคุณภาพของการบริการ
1. พนักงานของ Outsource ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	3.81	0.7	ค่อนข้างมาก
2. พนักงานของ Outsource มีความรู้ในเรื่อง ของสินค้าของโรงงาน	3.86	0.66	ค่อนข้างมาก
3. บริษัท Outsource มีนโยบายป้องกันข้อมูลความลับของโรงงาน	4.00	0.57	ค่อนข้างมาก
รวม	3.89	0.64	ค่อนข้างมาก

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 8 พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 โดยมีด้านบริษัท Outsource มีนโยบายป้องกันข้อมูลความลับของโรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีพนักงานของ Outsource มีความรู้ในเรื่อง ของสินค้าของโรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และพนักงานของ Outsource ให้บริการด้วย ความรอบคอบและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)

การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ค่าเฉลี่ย	SD	ผลของปัจจัยคุณภาพของการบริการ
1. พนักงานของ Outsource มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันท่วงที	3.93	0.65	ค่อนข้างมาก
2. การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา	4.06	0.64	ค่อนข้างมาก
3. พนักงานของ Outsource มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า	4.05	0.61	ค่อนข้างมาก
รวม	4.01	0.63	ค่อนข้างมาก

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 9 พบว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01 โดยมีด้านการบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทัน ตามกำหนดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านพนักงานของ Outsource มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และพนักงานของ Outsource มีความพร้อมที่ จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันท่วงที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)

การให้ความมั่นใจ (Assurance)	**ค่าเฉลี่ย**	**SD**	**ผลของปัจจัยคุณภาพของการบริการ**
1. พนักงานของ Outsource ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ	4.22	0.59	ค่อนข้างมาก
2. พนักงานของ Outsource ให้บริการด้วยความสุภาพ	4.03	0.58	ค่อนข้างมาก
3. พนักงานของ Outsource ได้รับการอบรมกฎระเบียบของโรงงานก่อนเริ่มงาน	4.07	0.64	ค่อนข้างมาก
รวม	4.10	0.60	ค่อนข้างมาก

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 10 พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 โดยมีด้านพนักงานของ Outsource ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านพนักงานของ Outsource ได้รับการอบรมกฎระเบียบของโรงงานก่อนเริ่มงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และด้านพนักงานของ Outsource ให้บริการด้วยความสุภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ตามลำดับ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลจาก ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)

การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	**ค่าเฉลี่ย**	**SD**	**ผลของปัจจัยคุณภาพของการบริการ**
1. พนักงานของ Outsource ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	4.09	0.59	ค่อนข้างมาก
2. พนักงานของ Outsource มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับ รายละเอียดการให้บริการ	4.15	0.59	ค่อนข้างมาก
3. พนักงานของ Outsource มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงงานอย่างเคร่งครัด	4.10	0.53	ค่อนข้างมาก
รวม	4.11	0.57	ค่อนข้างมาก

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 11 พบว่า ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11 โดยมีด้านพนักงานของ Outsource มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับ รายละเอียดการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านพนักงานของ Outsource มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงงานอย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และด้านพนักงานของ Outsource ให้ความเอาใจ ใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

การนำเสนอผลการเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบระดับคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนก ตามอายุ

คุณภาพของการบริการ Outsource	แหล่งของความแปรผัน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ระหว่างกลุ่ม	.460	4	.115	.834	.505
	ภายในกลุ่ม	20.005	145	.138		
	รวม	20.466	149			
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ระหว่างกลุ่ม	4.234	4	1.058	6.282	.000*
	ภายในกลุ่ม	24.430	145	.168		
	รวม	28.664	149			
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ระหว่างกลุ่ม	1.352	4	.338	1.990	.099
	ภายในกลุ่ม	24.621	145	.170		
	รวม	25.973	149			
4. ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	ระหว่างกลุ่ม	.961	4	.240	1.572	.185
	ภายในกลุ่ม	22.166	145	.153		
	รวม	23.127	149			
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ระหว่างกลุ่ม	.661	4	.165	1.225	.303
	ภายในกลุ่ม	19.568	145	.135		
	รวม	20.229	149			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.063	4	.266	5.686	.000*
	ภายในกลุ่ม	6.783	145	.047		
	รวม	7.846	149			

จากตารางที่ 12 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามอายุ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างวิเคราะห์เป็นแต่ละด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้านการตอบสนอง

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) โดยผลการทดสอบโดยใช้ ANOVA พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ไม่แตกต่างกัน

สำหรับด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผลการทดสอบ โดยการวิเคราะห์ พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe's method)

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบรายคู่ส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนกตามอายุ

อายุ		**ต่ำกว่า 25 ปี**	**26-30 ปี**	**31-35 ปี**	**36-40 ปี**	**40 ปีขึ้นไป**
ค่าเฉลี่ยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)		3.87	3.75	3.89	4.30	4.00
ต่ำกว่า 25 ปี	3.87	-	.121	-.026	-.430	-.1330
26-30 ปี	3.75	-	-	-.147	-.551*	-.254
31-35 ปี	3.89	-	-	-	-.404*	-.108
36-40 ปี	4.30	-	-	-	-	-29.6
40 ปีขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 ผลการทดสอบ พบว่า กลุ่มคนที่มีอายุ 36-40 ปี ให้น้ำหนักด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของผู้ให้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30 ในขณะที่กลุ่มคนที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้น้ำหนักด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุงานอื่น ๆ ไม่พบค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบระดับคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนก ตามระดับการศึกษา

คุณภาพของการบริการ Outsource	แหล่งของความแปรผัน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ระหว่างกลุ่ม	.110	4	.027	.195	.940
	ภายในกลุ่ม	20.356	145	.140		
	รวม	20.466	149			
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ระหว่างกลุ่ม	1.912	4	.478	2.591	.039*
	ภายในกลุ่ม	26.751	145	.184		
	รวม	28.664	149			
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ระหว่างกลุ่ม	.615	4	.154	.880	.478
	ภายในกลุ่ม	25.358	145	.175		
	รวม	25.973	149			
4. ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	ระหว่างกลุ่ม	1.078	4	.269	1.722	.138
	ภายในกลุ่ม	22.049	145	.152		
	รวม	23.127	149			
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ระหว่างกลุ่ม	.313	4	.078	.569	.685
	ภายในกลุ่ม	19.916	145	.137		
	รวม	20.229	149			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.292	4	0.73	1.402	.236
	ภายในกลุ่ม	7.554	145	0.52		
	รวม	7.846	149			

จากตารางที่ 14 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ทั้ง 5 ด้าน ตามระดับการศึกษาโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างวิเคราะห์เป็นแต่ละด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) โดยผลการทดสอบโดยใช้ ANOVA พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ไม่แตกต่างกัน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

สำหรับด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผลการทดสอบ โดยการวิเคราะห์ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe's method)

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบรายคู่ส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	อนุปริญญาหรือ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ค่าเฉลี่ยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)		3.58	3.91	3.83	4.13	4.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.58	-	-.323	-.245	-.547	-.417
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช	3.91	-	-	.079	-.224	-.093
อนุปริญญาหรือ ปวส.	3.83	-	-	-	-.302*	-.172
ปริญญาตรี	4.13	-	-	-	-	-.130
สูงกว่าปริญญาตรี	4.20	-	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบ พบว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้น้ำหนักค่าเฉลี่ยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ระดับ 4.20 มากที่สุด ในขณะที่ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นให้น้ำหนักค่าเฉลี่ยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ระดับ 3.58 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาอื่น ๆ ไม่พบค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบระดับคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนก ตามอายุงาน

คุณภาพของการบริการ Outsource	แหล่งของความแปรผัน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ระหว่างกลุ่ม	.062	4	.015	.109	.979
	ภายในกลุ่ม	20.404	145			
	รวม	20.466	149			
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ระหว่างกลุ่ม	.498	4	.125	.641	.634
	ภายในกลุ่ม	28.165	145	.194		
	รวม	28.664	149			
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ระหว่างกลุ่ม	1.625	4	.406	2.419	.051
	ภายในกลุ่ม	24.348	145	.168		
	รวม	25.973	149			
4. ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	ระหว่างกลุ่ม	1.730	4	.432	2.931	.023*
	ภายในกลุ่ม	21.397	145	.148		
	รวม	23.127	149			
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ระหว่างกลุ่ม	.507	4	.127	.931	.448
	ภายในกลุ่ม	19.722	145	.136		
	รวม	20.229	149			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.379	4	.095	1.839	.124
	ภายในกลุ่ม	7.467	145	.051		
	รวม	7.846	149			

จากตารางที่ 16 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ทั้ง 5 ด้าน ตามอายุงานโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างวิเคราะห์เป็นแต่ละด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) และด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) โดยผลการทดสอบโดยใช้ ANOVA พบว่า อายุงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ไม่แตกต่างกัน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

สำหรับด้าน ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ผลการทดสอบ โดยการวิเคราะห์ พบว่า อายุงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe's method)

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบรายคู่ส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนกตามอายุงาน

อายุงาน		**น้อยกว่า 1 ปี**	**1-3 ปี**	**4-6 ปี**	**7-9 ปี**	**10 ปี ขึ้นไป**
ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)		3.42	4.09	4.08	4.07	4.00
น้อยกว่า 1 ปี	3.42	-	-.672*	-.664*	-.650*	-.583
1-3 ปี	4.09	-	-	.013	.027	.093
4-6 ปี	4.08	-	-	-	.014	.080
7-9 ปี	4.07	-	-	-	-	.067
10 ปีขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 ผลการทดสอบ พบว่า อายุงาน 1-3 ปี ให้น้ำหนักค่าเฉลี่ยด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ระดับ 4.09 มากที่สุด ในขณะที่อายุงานน้อยกว่า 1 ปี น้ำหนักค่าเฉลี่ยด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ระดับ 3.42 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาอื่น ๆ ไม่พบค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบระดับคุณภาพของการบริการ Outsource จำแนก ตามตำแหน่งหน้าที่

คุณภาพของการบริการ Outsource	แหล่งของความแปรผัน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ระหว่างกลุ่ม	.213	4	.053	.381	.822
	ภายในกลุ่ม	20.253	145	.140		
	รวม	20.466	149			
2. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ระหว่างกลุ่ม	.440	4	.110	.565	.688
	ภายในกลุ่ม	28.224	145	.195		
	รวม	28.664	149			
3. ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ระหว่างกลุ่ม	.552	4	.138	.788	.535
	ภายในกลุ่ม	25.421	145	.175		
	รวม	25.973	149			
4. ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	ระหว่างกลุ่ม	.214	4	.053	.339	.852
	ภายในกลุ่ม	22.913	145	.158		
	รวม	23.127	149			
5. ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ระหว่างกลุ่ม	.536	4	.134	.986	.417
	ภายในกลุ่ม	19.693	145	.136		
	รวม	20.229	149			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.034	4	.009	.159	.958
	ภายในกลุ่ม	7.812	145	.054		
	รวม	7.846	149			

จากตารางที่ 18 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามตามตำแหน่งหน้าที่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อวิเคราะห์เป็นแต่ละด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) โดยผลการทดสอบโดยใช้ ANOVA พบว่า ตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ไม่แตกต่างกัน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ตารางที่ 19 สรุปเปรียบเทียบคุณภาพของการบริการ Outsource ตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

คุณภาพของการบริการ Outsource	อายุ	การศึกษา	อายุงาน	ตำแหน่งหน้าที่
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	แตกต่าง*	แตกต่าง*	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
4. ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง*	ไม่แตกต่าง
5. ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 19 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ทั้ง 5 ด้าน โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) และด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ไม่แตกต่างกัน สำหรับ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) และด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource แตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ Outsourcing บริษัท จ๊อบซัพพลายฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ Outsource กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด โดยใช้ในการสัมภาษณ์ จำนวน 7 คน ประกอบด้วย ประธานกรรมการ ผู้จัดการฝ่ายบุคคล ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชี และผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด เพื่อเป็นตัวแทนของบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัดกรรมการผู้จัดการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้การสัมภาษณ์

ชื่อ ดร.อารีย์ นามสกุล เจริญสหายานนท์ อายุ.. 51.. ปี

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ตำแหน่งในองค์การ กรรมการผู้จัดการ

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

ให้การสัมภาษณ์วันที่ 15 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2561

ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 ทางบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด มีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างไร

ในการดำเนินธุรกิจ Outsource ของเรา มีแนวทางคือต้องให้ความสำคัญกับการบริการที่รวดเร็ว ตอ บสนองได้ทันตามความต้องการของลูกค้า เพราะเราเข้าใจว่าถ้าเราไม่สามารถส่งพนักงานไปให้ลูกค้าได้ทันตามความต้องการ จะมีผลเสียอย่างไรกับลูกค้าเรา และจะมีการดูแลที่ดี ไม่ว่า ลูกค้าเราจะเป็นโรงงานขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ เราจะให้ความสำคัญเหมือนกัน โดยจะมีการจัดพนักงานที่มีความสามารถเข้าไปดูแล

ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน

หากพูดถึงการทำธุรกิจ ด้านจ้างเหมาแรงงานภายนอก Outsource ถือว่ามีความต้องการของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มที่จำเป็นจะต้องใช้บริการมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีการใช้บริการในด้านต่าง ๆ ที่เป็นการบริการเฉพาะ และมีการบริการด้าน Outsource ที่สามารถตอบสนองได้ดี โดยเฉพาะด้านแรงงาน ทั้งนี้มาจากการขยายตัวของภาคธุรกิจที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง

ประเด็นที่ 3 แนวทางการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

เมื่อพูดถึงนวัตกรรมการเหมาแรงงานภายนอก Outsource จะไม่ได้หมายถึงการสร้างประดิษฐ์ต่าง ๆ แต่จะหมายถึง ผู้ประกอบการจ้างเหมาแรงงานภายนอก Outsource ที่มีนวัตกรรมของการทำงาน เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การมีทักษะของการทำงาน ความชำนาญ หรือความเชี่ยวชาญของการทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และความคุ้มค่าต่อการจ้างงานต่อเหมาแรงงานภายนอก Outsource ส่งผลมีการใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 4 มีกลยุทธ์อะไรบ้างที่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งได้

กลยุทธ์ในการแข่งขัน จำเป็นต้องศึกษาถึงผู้รับบริการ และสถานการณ์ในอนาคต และการบริการที่รวดเร็ว แล้วบรรลุเป้าหมาย โดยไม่มีข้อผิดพลาด หรือ มีน้อยที่สุด ตลอดจน ดูแลตลอดระยะเวลาบริการ อีกทั้งมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 5 แนวโน้มในอนาคตของการใช้บริการของธุรกิจ Outsource

แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจ Outsource คาดการณ์ว่าจะมีการใช้บริการของ Outsource ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องการทำงานในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น จึง

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนการทำงานให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการ และการบริการของ Outsource ที่มีบริการเฉพาะด้านจำเป็นต้องมีการพัฒนาการทำงานที่บริการแบบครบวงจรมากยิ่งขึ้น

ประเด็นที่ 6 ผลกระทบหรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน

ในการนำ Robot ย่อมเกิดผลกระทบบ้าง แต่ยังสามารถปรับเปลี่ยนการทำงานได้ ทั้งนี้ในระบบการทำงานของ Robot ยังจำเป็นต้องที่จะต้องใช้การควบคุมดูแลโดยคน อีกทั้งการเป็นผู้ซ่อมบำรุงรักษา Robot ทั้งนี้เพื่อเป็นการปรับตัว ผู้ประกอบการธุรกิจ Outsource จำเป็นในการวางแผนศึกษาเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการทำงาน ในการศึกษาการทำงานร่วมกับ Robot

ประเด็นที่ 7 การแข่งขันด้านราคาจะเกิดผลกระทบต่อวงการธุรกิจอย่างไร มีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

การแข่งขันด้านราคา เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ผู้รับบริการต้องการ ราคาถูก และดีเป็นส่วนใหญ่ ถ้ามีคู่แข่งราคาถูกกว่าอาจทำให้เกิดการแย่งลูกค้าได้ แต่เนื่องจากทางเราเน้นคุณภาพประสิทธิภาพของการบริการ จำเป็นต้องพัฒนาส่วนนี้ให้มาก ต้องใช้นวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานจะได้เป็นข้อต่อรองกับลูกค้าใหม่

ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้การสัมภาษณ์

ชื่อ นายปัญญา นามสกุล ไชยรา อายุ 43 ปี

ตำแหน่งในองค์การ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกริก

ให้การสัมภาษณ์วันที่ 22 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2561

ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 ทางบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด มีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างไร

แนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทคือ การให้บริการด้านแรงงาน อันได้แก่ การรับจ้างเหมาแรงงานภาคการผลิต การรับเหมาช่วงการผลิต การจัดหาแรงงาน การให้บริการด้านบัญชี ซึ่งในการรับเหมาในการทำงาน เปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทอีกด้วย ซึ่งการทำงานจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลัก และการให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการขงลูกค้าได้เป็นอย่างดี

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน

สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ ในด้านนี้ เราพบว่า ปัจจุบันบุคลากรด้านแรงงานที่เข้ามาร่วมงานในบริษัทมีจำนวนไม่เพียงพอต่อปริมาณงานที่ต้องการ โดยเฉพาะแรงงานเพศชาย ซึ่งเป็นแรงงานที่ภาคอุตสาหกรรมหนักมีความต้องการเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของการทำงาน ประเภทของงานที่ใช้แรงเป็นอย่างมาก จึงเหมาะสำหรับแรงงานเพศชาย

ประเด็นที่ 3 แนวทางการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

บริษัทได้ใช้นวัตถกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ได้ผลที่ดีขึ้น อันได้แก่ Social networking ประกอบด้วย การใช้ Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์การรับสมัครงานในตำแหน่งงานต่าง ๆ ที่บริษัทต้องการรับเพิ่ม Line ใช้ในการติดต่อระหว่างพนักงานกับพนักงาน หรือใช้ประสารงานกับบุคคลภายนอก ใช้ในการส่งเอกสารบางอย่าง ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล หรือ Online video ใช้ในการเผยแพร่แบบวิดีโอออนไลน์ ทำให้ผู้ที่ต้องการทราบข้อมูลบริษัทสามารถติดตามชมได้อย่างต่อเนื่อง เช่น Youtube/ ใช้ Web ในการเผยแพร่ประวัติบริษัทให้ผู้ที่สนใจได้เข้าไปดูรายละเอียดต่าง ๆ รวมถึงบริการของทางบริษัท

ประเด็นที่ 4 มีกลยุทธ์อะไรบ้างที่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งได้

กลยุทธ์ที่เราใช้อยู่ก็มีหลักไม่กี่ตัว ได้แก่ 1 ค่าบริการที่ไม่ได้สูงมากเหมาะสมกับงานที่รับเป็นธรรม 2 การให้บริการที่รวดเร็วเราแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้รวดเร็วโดยเรามีเจ้าหน้าที่ประจำให้ลูกค้าเรามีช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง 3 การบริการที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าเหมือนเป็นพี่น้องและมีความยืดหยุ่นสูง

ประเด็นที่ 5 แนวโน้มในอนาคตของการใช้บริการของธุรกิจ Outsource

แนวโน้มในอนาคตการใช้ Outsource ยังคงมีอยู่ต่อเนื่องแต่จะไม่มากเหมือนอดีต คือจะเลือกใช้เฉพาะงานที่จำเป็นต้องใช้ หรืองานที่ลูกค้าไม่มีความชำนาญ และคงต้องเลือกใช้อย่างระมัดระวัง สัดส่วนอาจไม่มากในภาคการผลิตแต่จะมีมากในภาคโลจิสติกส์

ประเด็นที่ 6 ผลกระทบหรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน

การที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการนำเครื่อง Robot มาใช้แทนแรงงานเราคิดว่าจะเกิดผลกระทบต่อบริษัทโดยตรง เพราะเนื่องจากบริษัท Outsource ด้านแรงงานภาคการผลิตเป็นหลัก จะทำให้ปริมาณการใช้แรงงานนั้นน้อย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแรงงานที่จะเข้าสู้ภาคการผลิตโดยตรง

ประเด็นที่ 7 การแข่งขันด้านราคาจะเกิดผลกระทบต่อวงการธุรกิจอย่างไร มีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

ต้องยอมรับว่าปัญหาอย่างหนึ่งของธุรกิจ Outsource คือการแข่งขันด้านราคา การที่ Outsource หนึ่งต้องการงานโดยยื่นเสนอราคาที่เท่ากับต้นทุนค่าบริการหรือต่ำกว่า จะเกิดผล

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

กระทบต่อธุรกิจนี้โดยตรง อันได้แก่ 1 ธุรกิจก็จะยู่ไม่ได้เพราะไม่มีกำไร 2 เกิดปัญหาด้านแรงงานมีการเอารัดเอาเปรียบพนักงานของบริษัท Outsource เอง แนวทางการแก้ไข 1 จัดให้มีสมาคมบริหารงาน Outsource เพื่อกำหนดราคามาตรฐานกลางการจ้างเหมา 2 การรักษามาตรฐานการให้บริการ 3 การหาช่องทางเพิ่มหรือขยายโอกาสในสายงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้การสัมภาษณ์

ชื่อ นางสาว จิราภรณ์ นามสกุล จันทรรักษ์ อายุ 34 ปี

ตำแหน่งในองค์การ ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ปริญญาตรี

ให้การสัมภาษณ์วันที่ 27 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ2561

ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 ทางบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด มีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างไร

การทำงานของบริษัท เมื่อเกิดการจ้างเหมาการทำงาน ในการรับผิดชอบการทำงานดังกล่าวเสมือนเป็นตัวแทนของโรงงาน หรือ ลูกค้า สามารถกล่าวได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทลูกค้า ซึ่งในการดำเนินการทำงานจึงมีความจำเป็นที่จะต้องดูแลผลผลิต ตลอดจนต้องระวังความเสียหายที่จะเกิด จนถึงจะต้องประหยัดค่าใช้จ่ายแทนลูกค้า เพื่อให้เกิดการจ้างอย่างคุ้มค่ามากที่สุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน

ปัจจุบันผู้รับบริการ หรือ ลูกค้ามีต้องการแรงงานที่มีความรู้ความสามารถที่มีความชำนาญในการทำงาน หรือเรียกได้ว่า แรงงานที่มีประสบการณ์ เพื่อสะดวกในการทำงานที่จะต้องใช้ทักษะและความชำนาญ โดยที่ไม่ต้องมาสอนงานเพิ่ม และตลอดจนแรงงานที่มีประสบการณ์จะสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างจะต้องคิด แบบเหมารวม และราคาประหยัด

ประเด็นที่ 3 แนวทางการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

นวัตกรรมอาจหมายถึง เครื่องมือต่าง ๆ ที่สามารถนำเข้ามาใช้ในการทำงาน เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และได้ผลงานที่มีคุณภาพ แต่จะต้องคำนวนถึงต้นทุนของการใช้นวัตกรรมเป็นส่วนสำคัญ ถ้าหากการใช้นวัตกรรมมีความสะดวกสบาย และสามารถเพิ่มผลผลิตในการทำงานจึงมีความเหมาะสมที่จะต้องมีการนำนวัตกรรมเข้ามาใช้ในการทำงานเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ รวมถึงการไว้วางใจของลูกค้าในการทำงานอีกด้วย

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ประเด็นที่ 4 มีกลยุทธ์อะไรบ้างที่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งได้

ในการแข่งขันในด้านธุรกิจมีทั้งด้านคุณภาพและด้านราคา ทั้งสองสิ่งนี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่จูงใจลูกค้าเป็นอย่างมากสำหรับการเลือกใช้บริการ ในด้านคุณภาพ หมายถึงประสิทธิภาพของการทำงาน ซึ่งจำเป็นต้องสอดคล้องความคุ้มค่าในการเป็นเรื่องราคา ตลอดจนการดูแลลูกค้าตั้งแต่เริ่มจนถึงหลังบริการ โดยสามารถให้คำปรึกษาได้ตลอดและรวดเร็ว

ประเด็นที่ 5 แนวโน้มในอนาคตของการใช้บริการของธุรกิจ Outsource

มีความจำเป็นมากขึ้น และสามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ในการทำงานของ Outsource ถือได้ว่าเป็นความคาดหวังของผู้รับบริการที่ได้ให้ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานตลอดจนสามารถจัดการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถเพิ่มผลผลิต ตลอดจนช่วยลดการสูญเสียทรัพยากรและค่าใช้จ่ายได้อีกทาง

ประเด็นที่ 6 ผลกระทบหรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน

ถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมอีกรูปแบบในการทำงาน ทั้งนี้ทางบริษัทเองจำเป็นต้องให้พนักงานเรียนรู้นวัตกรรมที่ทันสมัยต่าง ๆ ทั้งการทำงาน การปรับปรุงแก้ไข Robot ในการใช้ Robot ในการทำงาน เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และสามารถเพิ่มผลผลิตในการทำงานอีกด้วย แต่ยังคงต้องใช้แรงงานที่สามารถทำงานร่วม หรือ เป็นผู้ควบคุม Robot อีกทาง

ประเด็นที่ 7 การแข่งขันด้านราคาจะเกิดผลกระทบต่อวงการธุรกิจอย่างไร มีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

ด้านราคา ถือได้ว่าเป็นปัจจัยต้น ๆ ของธุรกิจ ในการทำงานธุรกิจ จำเป็นต้องคำนวณต้นทุน และกำไรเสมอ อันไหนทางบริษัทลดได้และอยู่รอดก็จำทำ แต่ถ้าลดไม่ได้ ต้องเพิ่มประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ต่อลูกค้า ให้เกิดความคุ้มค่า ทั้งนี้จำเป็นต้องมาตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ และ ผู้รับบริการ

ผู้จัดการฝ่ายบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้การสัมภาษณ์

ชื่อ นาย มนตรี นามสกุล สังข์ทอง อายุ 42 ปี

ตำแหน่งในองค์การ ผู้จัดการฝ่ายบุคคล

ให้การสัมภาษณ์วันที่ 20 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ 2561

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 ทางบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด มีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างไร

เพิ่มยอดผลประกอบการ จากการเพิ่มจำนวนพนักงานจากการหาลูกค้ารายใหม่ และรักษายอดพนักงานของลูกค้าปัจจุบันไว้ให้มากที่สุด พร้อมควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในการบริการลูกค้ารวมถึงการแก้ปัญญาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วต่อความต้องการ

ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน

ปัจจุบันธุรกิจด้านนี้ได้ขยายและได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น จึงทำให้เรามีคู่แข่งมากขึ้นจึงจำเป็นที่จะต้องเน้นด้านการบริการต่อลูกค้า แต่ก็เริ่มมีการลดต้นทุนของผู้ประกอบการต่าง ๆ ทำให้ผลตอบแทนทีจะได้รับกลับมาน้อยลง

ประเด็นที่ 3 แนวทางการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

การใช้นวัตกรรมอาจจะเน้นทางด้านการสื่อสารเป็นหลัก เนื่องจากการสื่อสารเป็นช่องทางในการติดต่อที่มีความรวดเร็วและแม่นยำ เพื่อเพิ่มความถูกต้องของข้อมูลที่ต้องมีการรับและการส่งข้อมูลให้แก่บริษัทลูกค้า เป็นการรายงานผลการทำงาน และความคืบหน้าของภาระงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้อาจใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งฝึกพนักงาน หรือบุคลากรได้เรียนรู้นวัตกรรมต่าง ๆ อีกด้วย

ประเด็นที่ 4 มีกลยุทธ์อะไรบ้างที่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งได้

กลยุทธ์ในการแข่งขันและให้ลูกค้าสามารถใช้บริการคือการแก้ปัญหาในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว ซึ่งสามารถตอบสนองให้ลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่เหนือกว่าคู่แข่งอื่น โดยไม่สร้างความเสียหาย หรือ เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ถือได้ว่าเป็นป้องกันผลประโยชน์ของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ประเด็นที่ 5 แนวโน้มในอนาคตของการใช้บริการของธุรกิจ Outsource

แนวโน้มจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่จะได้รับเปอร์เซ็นผลตอบแทนที่น้อยเพราะผู้ประกอบการทำเพิ่มคุณภาพจากเดิมที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำ มาตรฐานต่าง ๆ ทำให้เราต้องรับภาระค่าใช้จ่ายต่อพนักงานเพิ่มขึ้น จำเป็นต้องมีการปรับตัว และเปลี่ยนแปลงการทำงานเพื่อสามารถทำให้องค์กร หรือธุรกิจสามารถอยู่รอด และพนักงานสามารถพัฒนาประสิทธิภาพของตนเองเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้

ประเด็นที่ 6 ผลกระทบหรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน

การนำ Robot มาใช้ถือเป็นความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีถือเป็นผลดีด้านการผลิตแต่ก็เป็นการลงทุนที่ค่อนข้างสูงของผู้ประกอบการ และยังคงจำเป็นที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ของมนุษย์ในการควบคุมดูแลอยู่ และในการใช้งานของ Robot มีคู่มือการทำงานกำกับควบคุมอยู่แล้ว ตลอดจน อาจต้องปรับเปลี่ยนการรับพนักงานที่มีความสามารถที่สูงในระดับ ปวส. มากกว่า

ประเด็นที่ 7 การแข่งขันด้านราคาจะเกิดผลกระทบต่องการธุรกิจอย่างไร มีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

ด้านราคามีผลกระทบค่อนข้างชดเจน วิธีการแก้ปัญหาคือการเจรจาการลูกค้าถึงความรับผิดชอบบางเรื่อง อาจจะช่วยกันรับภาระคนละครึ่งในค่าใช้จ่ายบางอย่างโดยให้อยู่ภายใต้กฎหมายแรงงาน เกิดจากการตกลงร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ เพื่อการทำงานที่บริษัทผู้ให้บริการสามารถช่วยเพิ่มผลผลิตในการทำงานของลูกค้า สร้างความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี

ผู้ช่วยจัดการฝ่ายการตลาด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้การสัมภาษณ์

ชื่อ นางสาวยุพดี นามสกุล ดวงแสง อายุ 37 ปี

ตำแหน่งในองค์การ ผู้ช่วยจัดการฝ่ายการตลาด

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ปริญญาตรี

ให้การสัมภาษณ์วันที่ 22 เดือน..... พ.ศ 2561

ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 ทางบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด มีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างไร

ในการดำเนินการด้านธุรกิจ Outsource เสมือนเป็นการทำงานแทนตัวลูกค้า จึงจำเป็นต้องดูแลการทำงานทุกขั้นตอนที่ได้รับมอบหมาย และทำให้ลูกค้าเกิดความไว้ใจในการทำงาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจสำหรับการให้บริการ ซึ่งจะเกิดการจ้างงานต่อไป

ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน

เมื่อพูดถึงสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจ พบว่า มีความจำเป็นอย่างมากในการใช้บริการด้านแรงงาน โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงขึ้น รวมถึงการคมนาคมที่มีความสะดวกรวดเร็ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องขยายฐานลูกค้าและเน้นการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก ดังนั้น Outsource ด้านแรงงาน จึงมีความจำเป็นเป็นอย่างมาก

ประเด็นที่ 3 แนวทางการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

แนวทางในการเพิ่มนวัตกรรมขององค์กร คือการศึกษาสถานการณ์ของการทำงานในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะนวัตกรรมที่เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงจำเป็นในการ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

พัฒนาบุคลากรในการเรียนรู้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อเป็นที่ยอมรับของลูกค้า

ประเด็นที่ 4 มีกลยุทธ์อะไรบ้างที่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งได้

การแข่งขันกับคู่แข่ง ทั้งนี้จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่ว่า จะต้องรู้เขา รู้เรา รวมถึงรู้ถึงความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างครบถ้วน และต้องสร้างความโดดเด่น และแตกต่างของธุรกิจ

ประเด็นที่ 5 แนวโน้มในอนาคตของการใช้บริการของธุรกิจ Outsource

แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจ อาจเป็นเรื่องของการบริการเฉพาะด้าน หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งนี้มีการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ และความต้องการลูกค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยีในการผลิตมีความซับซ้อนมากขึ้น รวมถึงความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า ได้อย่างครบถ้วน

ประเด็นที่ 6 ผลกระทบหรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน

ถึงจะเกิดผลกระทบในการประกอบธุรกิจบ้าง แต่ทั้งนี้ในการทำงานของ Robot ก็ยังมีความจำเป็นที่ต้องใช้คนคอยกำกับ ควบคุมดูแลการทำงานของ Robot อยู่ แต่อาจมีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาบุคลากรที่ต้องทำงานร่วมกับ Robot ให้มีความรู้ และสามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับ Robot มากขึ้น

ประเด็นที่ 7 การแข่งขันด้านราคาจะเกิดผลกระทบต่อวงการธุรกิจอย่างไร มีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

ปัจจุบันด้านราคาก็ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่าง ซึ่งความต้องการของลูกค้ามักจะเน้นการประหยัด และการบริการที่ครบถ้วน ส่งผลให้องค์กรจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษา วิเคราะห์ต้นทุน กำไร ความคุ้มค่า ตลอดการอยู่รอดขององค์กรในด้านต่าง ๆ ในการปรับราคาที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้กระทบกับองค์กรได้

ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้การสัมภาษณ์

ชื่อ นางสาว สุกัญญา นามสกุล ปะนาเต อายุ 29 ปี

ตำแหน่งในองค์การ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชี

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ปริญญาตรี

ให้การสัมภาษณ์วันที่ 27 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ 2561

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 ทางบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด มีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างไร

การรับเหมาช่วงแรงงาน หมายถึงการทำงานแทนบริษัท เสมือนเป็นพนักงานของบริษัทเอง โดยเฉพาะแรงงานที่ใช้ทักษะของด้านการผลิต หรืออาจจะถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ที่ลูกค้าได้ให้ความไว้วางใจในการทำงานให้ เพื่อผลิตสินค้า และค่อยดูแลการทำงานภายในองค์กรของลูกค้าเอง

ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน

มีหลายบริษัทที่ดำเนินงานในด้านธุรกิจ Outsource ทั้งนี้เนื่องจากการขยายตัวภาคธุรกิจอุตสาหกรรม และเกิดการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น อีกทั้งลูกค้าต้องการในการใช้สินค้าที่หลากหลาย ที่มีความสะดวกสบาย ตอบสนองความเป็นอยู่ จึงเกิดสินค้าใหม่ ๆ มากขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการด้านแรงงานการผลิตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 3 แนวทางการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

หากพูดถึง นวัตกรรม อาจหมายถึงการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีความทันสมัย ที่มีความก้าวหน้า และสามารถสร้างความสะดวกสบาย ความเร็วมากยิ่งขึ้น เป็นส่วนหนึ่งของการนำนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทในการทำงานมากขึ้น ส่งผลให้สามารถเพิ่มการผลิตสินค้าในปริมาณมาก

ประเด็นที่ 4 มีกลยุทธ์อะไรบ้างที่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งได้

การตอบสนองในบริการด้านต่าง ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ ที่มีความหลากหลายในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งในปัจจุบันสินค้ามีหลากหลาย และกลุ่มลูกค้ามีความต้องการใช้สินค้ามากขึ้น อีกทั้งการโฆษณาสร้างความต้องการในการใช้สินค้ามากขึ้น จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้ในการพัฒนา และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน รวมถึงการตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างครบถ้วน และการสร้างความประทับใจในการบริการ

ประเด็นที่ 5 แนวโน้มในอนาคตของการใช้บริการของธุรกิจ Outsource

ความจำเป็นในการใช้แรงงานภายนอก มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นตามการขยายตัวของภาคธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้เนื่องจากการติดต่อสื่อสารในปัจจุบันค่อนข้างรวดเร็วและเข้าถึงกันได้อย่างสะดวกมากขึ้น อีกทั้งความต้องการ Outsource เน้นการทำงานที่มีความหลากหลาย มีความสามารถที่เฉพาะด้าน ตอบสนองความต้องของลูกในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ประเด็นที่ 6 ผลกระทบหรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน

มีผลกระทบเป็นอย่างมาก เนื่องจากบริษัทหรือผู้ประกอบการเอง จำเป็นต้องปรับตัว และพัฒนา ในการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเรียนรู้ระบบการทำงานของ Robot ต่าง ๆ ให้มีความรู้ความสามารถในการใช้งาน รวมถึงการแก้ปัญหาของ Robot

ประเด็นที่ 7 การแข่งขันด้านราคาจะเกิดผลกระทบต่อวงการธุรกิจอย่างไร มีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

การแข่งขันด้านราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการทำธุรกิจ เพื่อสอดคล้องกับการคุ้มค่าในการจ้างการทำงานของลูกค้า เมื่อเทียบกับรายจ่าย และกำไรคุ้มค่าเพียงใด ซึ่งทางบริษัทหรือผู้ประกอบการเองจำเป็นต้องมีการเสนอราคา และรูปแบบในการบริการที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าได้มีทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการ

ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้การสัมภาษณ์

ชื่อ นายพานนท์ นามสกุล พ้นภัย อายุ 38 ปี

ตำแหน่งในองค์การ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล

ให้การสัมภาษณ์วันที่วันที่ 20 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ 2561

ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 ทางบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด มีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างไร

ต้องดำเนินกิจการของบริษัทอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และ สร้างความเป็นธรรม ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นผู้รับบริการ ลูกค้า หรือ แม้กระทั้งพนักงาน ในบริษัทเอง จะต้อง ไม่ถูก เอารัดเอาเปรียบจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจของเรา ซึ่งจะทำให้สร้างความน่าเชื่อถือในการได้รับการบริการได้เป็นอย่างดี

ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน

สภาพการณ์ในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้ค่อนข้างสูงเป็นอย่างมากจึงทำให้เกิดการแข่งขันในด้านราคาที่ถูกลง ทำให้บางครั้งมีการแข่งขันในการตัดราคากัน ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการตัดสินมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการเองจำเป็นต้องมีการปรับการทำงาน หรือ รูปแบบของราคาเพื่อให้ได้การจ้างงาน

ประเด็นที่ 3 แนวทางการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

การใช้นวัตกรรมของทางบริษัทก็จะใช้เครือข่ายในด้าน โซเชียลมีเดีย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เนื่องจากนวัตกรรมด้านนี้มีค่อยข้างแพร่หลาย และเป็นอีกสิ่งหนึ่งใน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

การทำการตลาด เพื่อให้ลูกค้าได้มีการติดต่อ สอบถาม สร้างความสะดวกสบายในการสื่อสาร ระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการที่รวดเร็ว

ประเด็นที่ 4 มีกลยุทธ์อะไรบ้างที่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งได้

กลยุทธ์ที่ใช้คือการศึกษาข้อมูล ความต้องการของลูกค้า และธุรกิจของลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อที่จะสามารถอบรมชี้แจ้งให้กับพนักงานที่ต้องเข้าไปทำงาน และถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทลูกค้า และพนักงานเหล่านี้ที่ถือว่าเป็นกลุ่มคนที่สามารถทำงาน แก้ปัญหาต่าง ๆ ช่วยเหลือการผลิต ของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ประเด็นที่ 5 แนวโน้มในอนาคตของการใช้บริการของธุรกิจ Outsource

แนวโน้มในอนาคตการใช้บริการของธุรกิจ Outsource อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้านซึ่งธุรกิจประเภทนี้ยังเป็นที่ต้องการของผู้รับบริการเนื่องจากไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบในการรับสมัคร ฝึกงาน และพัฒนาอบรม เพราะทางบริษัทของธุรกิจ Outsource ได้รับผิดชอบส่วนนี้แล้ว แต่ก็จะมีแนวโน้มว่าจะเจริญเติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะความต้องการเฉพาะด้าน

ประเด็นที่ 6 ผลกระทบหรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน

มีผลกระทบอย่างแน่นอน เพราะตลาดก็จะใช้สินค้าในกลุ่มที่เป็นแรงงานของคนน้อยลง แต่ทางบริษัทเองก็ต้องเปลี่ยนวิธีการทำงานที่มีความสามารถมากขึ้น หรืออาจใช้ควบคู่กับ Robot ในการทำงาน ศึกษาลักษณะการทำงานของ Robot ประเภทต่าง ๆ ให้การอบรม พัฒนาพนักงานให้สามารถควบคุมดูแล และซ่อมบำรุง Robot ต่าง ๆ ได้

ประเด็นที่ 7 การแข่งขันด้านราคาจะเกิดผลกระทบต่อวงการธุรกิจอย่างไร มีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

การแข่งขันด้านราคาจะส่งผลกระทบให้ผู้ประกอบการจะหาช่องทางหารายได้จากสินค้า (พนักงาน) ก็จะทำให้ธุรกิจจะหาสินค้าได้อยากขึ้น และสุ่มเสี่ยงต่อการฟ้องร้องหรือพิพาทด้านแรงงาน แนวทางการแก้ไข คือเราต้องรักษาฐานลูกค้าเก่าและคงไว้ซึ่งคุณภาพของบริการของเราเพื่อจะได้เป็นข้อต่อรองกับลูกค้าใหม่

กล่าวโดยสรุป ในการสัมภาษณ์ตัวแทนของ บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด จำนวน 7 คน ประกอบด้วย ประธานกรรมการ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ผู้จัดการฝ่ายบุคคล ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชี และผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล ได้ให้ความคิดเห็นว่า ในด้านคุณภาพของการบริการ จำเป็นต้องมีการเตรียมพร้อมในการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ทั้งความรู้ และความสามารถในการแข่งขันทั้งด้านคู่แข่ง และเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าในการทำมาใช้ในการทำธุรกิจด้าน Outsource

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource ทางด้านแรงงาน และ คุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้านผู้ประกอบการ Outsourcing ศึกษาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ Outsourcing และด้านผู้รับบริการ Outsourcing ความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Outsourcing ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูล ผู้รับบริการตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 150 ท่าน โดยแบ่งเป็นโรงงานขนาดใหญ่ และโรงงานขนาดเล็ก และได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ว่า ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้รับบริการมีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ตัวแปรอิสระในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ วุฒิการศึกษา อายุงาน และตำแหน่งหน้าที่ ส่วนตัวแปรตาม คือ คุณภาพของการบริการ Outsource ประกอบด้วยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) โดยใช้วิธีการศึกษาเอกสาร การวิจัยเชิงสำรวจจากผู้รับบริการ Outsource และการสัมภาษณ์ เพื่อสะท้อนความคิดเห็นด้านคุณภาพของผู้ประกอบการ Outsource เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสำรวจ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ Outsource ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 60.7 ด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.3 ด้านระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 65.3 ด้านอายุงาน 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.3 ด้านระดับตำแหน่งงานหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ด้านปฏิบัติงานและประสานงาน คิดเป็นร้อยละ 25.3

2. ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ Outsourcing

2.1 ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 โดยมีด้านพนักงานของ Outsource มีการแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 มีด้านพนักงานของ Outsource มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และด้านพนักงานของ Outsource ยินดีรับฟัง คำแนะนำความคิดเห็นของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ตามลำดับ

2.2 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 โดยมีด้านบริษัท Outsource มีนโยบายป้องกันข้อมูลความลับของโรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีพนักงานของ Outsource มีความรู้ในเรื่อง ของสินค้าของโรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และพนักงานของ Outsource ให้บริการด้วย ความรอบคอบและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

2.3 ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01 โดยมีด้านการบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านพนักงานของ Outsource มีความ กระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และด้านพนักงานของ Outsource มีความพร้อมที่ จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันท่วงที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

2.4 ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 โดยมีด้านพนักงานของ Outsource ให้บริการแก่ ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านพนักงานของ Outsource ได้รับการอบรมกฎระเบียบของโรงงานก่อนเริ่มงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และด้านพนักงานของ Outsource ให้บริการด้วยความสุภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ตามลำดับ

2.5 ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11 โดยมีด้านพนักงานของ Outsource มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับ รายละเอียดการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านพนักงานของ Outsource มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงงานอย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และด้านพนักงานของ Outsource ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัย ด้านตำแหน่งหน้าที่โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านใด ๆ เลย สำหรับ ด้านอายุ ด้านวุฒิการศึกษา และด้านอายุงาน พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

3.1 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) พบว่า ปัจจัยด้าน อายุ มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-40 ปีมีผลต่อคุณภาพของการบริการ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

Outsource มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี และ 31-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุงานอื่น ๆ ไม่พบค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน

3.2 ด้านด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) พบว่า ปัจจัยด้าน วุฒิการศึกษา มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือ ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาอื่น ๆ ไม่พบค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน

3.3 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) พบว่า ปัจจัย ด้านอายุงาน มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุงาน 1-3 ปี, 4-6 ปี และ 7-9 ปี มีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาอื่น ๆ ไม่พบค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน

4. การสัมภาษณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนความคิดเห็นและนำเสนอแนวทางการสร้างคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการ Outsource โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด โดยใช้ในการสัมภาษณ์ตัวแทนของบริษัท จำนวน 7 คน สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

4.1 ตำแหน่งหน้าที่ ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ตำแหน่งประธานกรรมการ ผู้จัดการฝ่ายบุคคล ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชี และผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด

4.2 ประเด็นในการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่ 1 ทางบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด มีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างไร โดยตัวแทนของบริษัททั้ง 7 คน ให้ความคิดเห็นว่า การดำเนินธุรกิจของบริษัท ต้องให้สำคัญต่อลูกค้าในด้านการบริการ และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับคุณภาพของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) พนักงานของ Outsource มีความพร้อมที่ จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันท่วงที 2) พนักงานของ Outsource การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา และ 3) พนักงานของ Outsource มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งด้านการตอบสนองลูกค้าเป็นการสะท้อนถึงคุณภาพในการบริการของผู้ประกอบการด้าน Outsource

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

4.3 ประเด็นในการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน โดยตัวแทนของบริษัททั้ง 7 คน ให้ความคิดเห็นว่า การดำเนินธุรกิจของบริษัท ต้องให้ปรับตัวต่อสถานการณ์ของธุรกิจ ที่ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ต่อผู้รับบริการ สอดคล้องกับคุณภาพของการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) พนักงานของ Outsource มีการแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย 2) พนักงานของ Outsource มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ และ 3) พนักงานของ Outsource ยินดีรับฟัง คำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้าซึ่งด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างมากต่อผลงานที่ปรากฏ

4.4 ประเด็นในการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่ 3 แนวทางการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ตัวแทนของบริษัททั้ง 7 คน มีมุมมองที่แตกต่างกันออกไป ในการใช้นวัตกรรม แต่ทั้งนี้ต่างก็สรุปได้ว่า เป็นสิ่งที่เพิ่มในการพัฒนาที่สามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จึงสอดคล้องกับคุณภาพด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) พนักงานของ Outsource มีความพร้อมที่ จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันท่วงที 2) พนักงานของ Outsource การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา และ 3) พนักงานของ Outsource มีความ กระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้าโดยนำนวัตกรรมเข้ามาในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

4.5 ประเด็นในการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่ 4 มีกลยุทธ์อะไรบ้างที่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยตัวแทนของบริษัททั้ง 7 คน ให้ความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน คือ การสร้างจุดแข็งขององค์กร สร้างความไว้วางใจต่อลูกค้า สอดคล้องกับคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) พนักงานของ Outsource ให้บริการด้วย ความรอบคอบและถูกต้อง 2) พนักงานของ Outsource มีความรู้ในเรื่อง ของสินค้าของโรงงาน และ 3) บริษัท Outsource มีนโยบายป้องกันข้อมูลความลับของโรงงาน เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัทต่อการใช้บริการ และใช้ในการแข่งขัน

4.6 ประเด็นในการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่ 5 แนวโน้มในอนาคตของการใช้บริการของธุรกิจ Outsource โดยตัวแทนของบริษัททั้ง 7 คน มีมุมมองไปในทิศทางเดียวกัน ในด้านความต้องการใช้บริการ Outsource ที่จะมีมากขึ้น และในขณะเดียวกันจำนวนผู้ให้บริการก็ต้องมีมากขึ้นตามลำดับ ดังนั้นทางบริษัทจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวมากขึ้น เพื่อให้ผู้รับบริการไว้วางใจ สอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) พนักงานของ Outsource ให้บริการแก่ ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ 2) พนักงานของ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

Outsource ให้บริการด้วย ความสุภาพ และ 3) พนักงานของ Outsource ได้รับการอบรมกฎระเบียบของโรงงานก่อนเริ่มงาน เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกในการไว้วางใจต้องการใช้บริการ

4.7 ประเด็นในการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่ 6 ผลกระทบหรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน โดยตัวแทนของบริษัททั้ง 7 คน ต่างมองถึงผลกระทบและความเสี่ยงในทิศทางเดียวกัน แต่ก็สามารถใช้ช่องทางต่าง ๆ ในการปรับตัว ในการเรียนรู้เกี่ยวกับ Robot เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ และให้คำปรึกษาแก่ผู้รับบริการ ทั้งนี้ในการให้คำปรึกษา และคอยดูแลผู้รับบริการ สอดคล้องกับคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) พนักงานของ Outsource ให้ความเอาใจ ใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน 2) พนักงานของ Outsource มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับ รายละเอียดการให้บริการ และ 3) พนักงานของ Outsource มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงงานอย่างเคร่งครัด เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการเป็นอย่างยิ่งต่อการใช้บริการ

4.8 ประเด็นในการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่ 7 การแข่งขันด้านราคาจะเกิดผลกระทบต่อวงการธุรกิจอย่างไร มีแนวทางการแก้ไขอย่างไร โดยตัวแทนของบริษัททั้ง 7 คน ให้ข้อคิดเห็นในทางเดียวกัน ในด้านราคา เป็นเรื่องหลัก ๆ ที่ผู้รับบริการ เลือกใช้บริการ ทั้งนี้ในด้านราคาจำเป็นจะต้องสร้างความคุ้มค่าต่อการเลือกใช้บริการของผู้รับบริการ และสามารถสร้างการทำงานที่ประสิทธิภาพ สอดคล้องกับคุณภาพของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) 1) พนักงานของ Outsource ให้บริการแก่ ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ 2) พนักงานของ Outsource ให้บริการด้วย ความสุภาพ และ 3) พนักงานของ Outsource ได้รับการอบรมกฎระเบียบของโรงงานก่อนเริ่มงาน ทั้งราคา และมาตรฐานการทำงานจำเป็นจะต้องทำควบคู่เพื่อให้เป็นสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

อภิปรายผลการศึกษา

1. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้รับบริการมีผลต่อคุณภาพของการบริการ Outsource ในโดยสามารถแบ่งตามตามลำดับด้านคุณภาพตามลำดับได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยรวมทั้งมากที่สุด ซึ่งกล่าวได้ว่า การบริการจำเป็นต้องเป็นสิ่งที่จับต้องได้และสามารถให้เห็นผลงานอย่างชัดเจน โดยรายละเอียดของคุณภาพในด้านความเป็นรูปธรรม จะประกอบด้วย ด้านการพนักงานของ Outsource มีการแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนอย่างเห็นได้ชัด เป็นลักษณะภายนอกที่สำคัญ ด้านพนักงานของ Outsource มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ และด้านพนักงานของ Outsource ยินดีรับฟัง

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

คำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้า เป็นรูปธรรมในเชิงพฤติกรรมซึ่งผู้รับบริการสามารถมองเห็นคุณภาพด้านนี้ได้อย่างชัดเจนจากการแสดงออกของผู้ให้บริการ อีกทั้งจากประเด็นในการสัมภาษณ์ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน โดยได้สรุปความคิดเห็นของการดำเนินธุรกิจของบริษัท ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้รับบริการ ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับด้านคุณภาพของการบริการ คือ คุณภาพในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) พนักงานของ Outsource มีการแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย 2) พนักงานของ Outsource มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ และ 3) พนักงานของ Outsource ยินดีรับฟัง คำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้าซึ่งด้านความเป็นรูปธรรมของบริการถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างมากต่อผลงานที่ปรากฏซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี ประนม ถาวรเวช (2545, หน้า 8) ที่กล่าวว่า การให้บริการที่ดี คือ ผู้ให้บริการต้องมีอัธยาศัยไมตรีประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ ทำในสิ่งที่ผู้มารับบริการไม่คาดฝันหรือให้บริการแบบบวกไปอีกหนึ่งเท่า มีรอยยิ้มใน 4 รูปแบบ คือ รอยยิ้มแบบทักทาย รอยยิ้มแบบพร้อมที่จะพูด รอยยิ้มแบบเปิดหมดทั้งหน้าตา ปาก และรอยยิ้มแบบพูดพร้อมยิ้ม ซึ่งทุกรอยยิ้มให้ความรู้สึกอบอุ่นการทักทายด้วยน้ำเสียงที่น่าฟัง มีหางเสียงอย่าพูดเร็วหรือสั้นเกินไปและให้ความเอาใจใส่แก่ผู้มาติดต่ออย่าปล่อยให้เป็นคนแปลกหน้า และยังสอดคล้องกับนฤมล โชติเวช (2546, หน้า 11) ได้ชี้ให้เห็นการให้บริการที่ดีว่า ทุกคนจะต้องขจัดสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวออกไปให้หมดสิ้น เปิดใจรับฟังผู้อื่นพร้อมทำความเข้าใจกับสิ่งนั้น ๆ ปรับจิตใจให้ยอมรับในอาชีพที่กระทำอยู่ ซึ่งการบริการเป็นการให้บริการต่อหน้าผู้มารับบริการหรือมีการติดต่อสื่อสารกันทันที ท่าทางความรู้สึกบนใบหน้า คำพูด โทนเสียง การสบตาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นการให้เกียรติกับผู้รับบริการ ธรรมชาติของผู้มารับบริการส่วนใหญ่ต้องการความรวดเร็ว ทันใจ ความสมหวัง ต้องการการยอมรับ ต้องการความเป็นกันเองเมื่อเข้าใจบทบาทของผู้มารับบริการแล้วก็จะทำให้การบริการนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 คุณภาพที่รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ในระดับค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11 โดยคุณภาพด้านนี้เป็นที่ลูกค้า หรือผู้รับบริการต้องการรองลงมาจาก การบริการที่เป็นรูปธรรม ถึงแม้ว่าไม่สามารถจำต้องได้ แต่ก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้อย่างยิ่ง ซึ่งคุณภาพในด้านนี้มีรายละเอียดประกอบด้วยด้านพนักงานของ Outsource มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับ รายละเอียดการให้บริการ เป็นการบริการที่ต้องใช้ความบริการอย่างความเต็มใจเป็นอย่างมาก อีกทั้ง ด้านพนักงานของ Outsource มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงงานอย่างเคร่งครัด และด้านพนักงานของ Outsource ให้ความเอาใจ ใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งคุณภาพดังกล่าว อาจไม่ได้ส่งผลงานอย่างเชิงประจักษ์ และชัดเจน แต่ถือได้ผู้รับบริการมีความต้องการให้เกิดขึ้นเป็นอย่างยิ่ง รวมถึงประเด็นในการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่ 6 ผลกระทบ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

หรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน โดยตัวแทนของบริษัท ต่างมองถึงผลกระทบและความเสี่ยงในทิศทางเดียวกัน แต่ก็สามารถใช้ช่องทางต่าง ๆ ในการปรับตัว ในการเรียนรู้เกี่ยวกับ Robot เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ และให้คำปรึกษาแก่ผู้รับบริการรวมทั้งจัดการฝึกอบรมเพื่อให้หนักงานงานได้มีความสามารถเพียงพอในการอยู่ร่วมกับ Robot ทั้งนี้ในการให้คำปรึกษาและคอยดูแลผู้รับบริการ สอดคล้องกับคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) พนักงานของ Outsource ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน 2) พนักงานของ Outsource มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการ และ 3) พนักงานของ Outsource มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงงานอย่างเคร่งครัด เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการเป็นอย่างยิ่งต่อการใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของ Shelly (1975) สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุขความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่งเมื่อเกิดความต้องการบุคคลจะตั้งเป้าหมายเพื่อให้บรรลุความต้องการความพึงพอใจของบุคคลจะแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพและลักษณะส่วนบุคคล และยังสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้าหรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการคาดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวัง

1.3 ส่วนลำดับของปัจจัยที่รองลงมาตามลำดับ ประกอบไปด้วย คุณภาพของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) คุณภาพปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) และคุณภาพปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ตามลำดับทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวก็ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบของการสร้างคุณภาพของผู้บริการที่จะทำให้ผู้รับบริการ สามารถใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้สอดคล้องกับนิสดารก์ เวชยานนท์ (2548) ได้สรุปเหตุผลที่องค์การตัดสินใจจ้างงานภายนอก มีอยู่ด้วยกัน 2 ประการ คือ 1) เหตุผลทางด้านการเพิ่มขนาดการผลิตที่ประหยัด (Economies of scale) การที่องค์การที่มีความชำนาญด้านใดด้านหนึ่งมาก ๆ สามารถผลิตสินค้า และบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณที่มากและมีคุณภาพตามมาตรฐาน จะช่วยทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าชนิดนั้นลดลง การนำการวัดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic value added: EVA) เข้ามาใช้ยิ่งทำให้ผู้บริหารองค์การต้องพยายามสร้าง

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ผลกำไร และหาทางลดค่าใช้จ่ายให้มากที่สุด วิธีหนึ่ง ที่จะลดค่าใช้จ่ายได้ก็คือ ลดกิจกรรม หรืองานที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก ให้ผู้ให้บริการภายนอกไปดำเนินการแทน 2) เหตุผลทางด้านกลยุทธ์ (Strategic sourcing) แนวคิดในการจ้างงานภายนอกที่กำหนดไว้ในแผนกลยุทธ์ขององค์การ การจ้างงานภายนอกไม่ควรทำ เพราะเกิดจากแรงบีบคั้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก การที่องค์การกำหนดเป็นกลยุทธ์จะช่วยให้องค์การสามารถตอบสนองความต้องการ 3 ประการ คือ 1) ช่วยให้เกิดการปรับปรุงกลยุทธ์ (Strategic improvement) เช่น การลดค่าใช้จ่าย และการเพิ่มประสิทธิภาพ 2) ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพของการทำงาน (Strategic business impact) เช่น การทำการจัดโซ่อุปทาน (Supply chain management) การจ้างกระบวนการธุรกิจ (Business process outsourcing) และ 3) ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการค้า (Strategic business advantage) เช่น การเพิ่มพูนนวัตกรรม (Innovation) การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D)

สรุปด้านจ้างเหมาแรงงานภายนอก Outsource ถือว่ามีความต้องการของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จำเป็นจะต้องใช้บริการมากขึ้น ทั้งนี้มาจากการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีการเติบโตค่อนข้างสูง และปัจจุบันมีการใช้บริการ Outsource จะเน้นการบริการในด้านต่าง ๆ ที่เป็นการบริการเฉพาะ สอดคล้องกับทฤษฎีการจ้างงานภายนอก ของ Greaver (1999) ได้สรุปพื้นฐานความเป็นจริงที่เป็นสาเหตุ/ ปัจจัยส่งเสริม ให้องค์การจ้างงานภายนอก เนื่องจากองค์การขนาดใหญ่ไม่มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอีกต่อไป คู่แข่งที่มีขนาดเล็กแต่สามารถเคลื่อนไหวได้รวดเร็ว และเจาะตลาดได้ สามารถเปลี่ยนอุตสาหกรรมได้ในพริบตาวงจรสินค้า และบริการมีการลดระยะเวลาและเพิ่มความรวดเร็วอย่างคาดไม่ถึง ทำให้เกิดความจำเป็นที่องค์การต้องตอบสนองอย่างรวดเร็วตามไปด้วย แรงกดดันเชิงการแข่งขันนับวันเพิ่มสูงขึ้น และผลกระทบมีลักษณะรุนแรงมากขึ้นต่อองค์การ โดยเฉพาะในระดับเศรษฐกิจโลก และยังสอดคล้องกับ General Motors (1997 อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์, 2548) ได้กำหนดการจ้างงานภายนอกอยู่ในแผนกกลยุทธ์โดยการทำการ จัดการโซ่อุปทาน (Supply chain management) บริษัทที่ทำทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งหลายนำแนวคิดการจ้างงานภายนอกมาใช้อย่างแพร่หลาย เพราะช่วยลดค่าใช้จ่าย ช่วยในการเพิ่มพูนนวัตกรรม ทำให้บริษัทหันมาทุ่มเททางด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีมากขึ้น สอดคล้องความต้องการในการนำนวัตกรรมด้าน Robot เข้ามาช่วยในการทำงาน เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายรวดเร็ว และสามารถตรวจสอบการทำงานได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ในการนำ Robot จะเข้ามาแทนที่แรงงานในภาคธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแรงงานที่เป็นด้านการผลิต รวมถึงแรงงานด้านการขนส่งผลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรมไปอย่างก้าวกระโดด แต่ยังมีความจำเป็นในการให้บุคลากรเข้ามาช่วยดูแลการทำงานของ Robot เพื่อช่วยแก้ปัญหา และพัฒนา Robot ส่งผลให้การจ้างงานภายนอกยังมีอยู่ และยังมีนักวิชาการบางท่าน เช่น Williamson, Charlesand

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

Sung ให้เหตุผลเพิ่มเติมของการจ้างงานภายนอก คือ ปรับปรุงสิ่งจูงใจให้แก่ผู้บริหาร ยิ่งถ้าผู้บริหารสามารถที่จะลดค่าใช้จ่ายได้และสนใจพัฒนากระบวนการที่เป็นความสามารถหลัก (Core competency) ขององค์การมากเท่าไรก็จะมีผลตอบแทนเพิ่มขึ้น

ด้านคุณภาพในการให้บริการ ถือเป็นองค์ประกอบหลัก ๆ ที่เป็นที่ผู้รับบริการต้องการในการใช้บริการ และเป็นสิ่งที่สะท้อนให้ทราบถึงรูปลักษณ์ขององค์กร สอดคล้องกับทฤษฎีของ Lewis, and Bloom (1983) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบ โดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering service quality) หมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ และยังสอดคล้องกับ วัลดา บินซาเว็น (2543, หน้า 9) กล่าวว่า การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนเป็นเรื่องของความพอใจเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าที่เป็นรูปธรรม ตามแนวคิดทางด้านการบริการ ลักษณะที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจกระทำ หรือปฏิบัติให้ลูกค้าในขอบเขตที่แน่นอนและทำอย่างให้ประสบความสำเร็จ นั่นคือ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและการเอาใจใส่ดูแล มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการของผู้รับบริการ ซึ่งส่งผลต่อผู้ที่จะประกอบธุรกิจด้านบริการ Outsource กับแนวโน้มความต้องการด้าน Outsource ในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้รับบริการ Outsource

สาเหตุที่ด้านผู้รับริการ Outsource จำเป็นที่จะต้องใช้บริการ เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร ปัจจัยในด้านภายใน เช่น ความต้องการบุคลากรที่มีความสามารถในการทำงาน ความต้องการเพิ่มปริมาณงาน และความต้องการลดรายจ่ายขององค์กร และปัจจัยภายนอก เช่น การแข่งขันในธุรกิจประเภทเดียวกัน การใช้นำเทคโนโลยีเข้าพัฒนาองค์กรตลอดจนการตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ความจำเป็นใช้ Outsource เพื่อการประสิทธิภาพถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สามารถเพิ่มศักยภาพในการผลิต การแข่งขัน ดังนั้น ปัจจัยในด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม และการเอาใจใส่ดูแล มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจ จึงควรพิจารณา บริษัทที่มีลักษณะการทำงานที่ทำให้เห็นผลงานได้เป็นอย่างดี และมีการติดตามดูแลจนทำให้การทำงานเกิดความสำเร็จ โดยพิจารณาจากประวัติบริษัท Outsource สถานที่ตั้ง และลูกค้าที่เคยใช้บริการของบริษัท Outsource เพื่อนำมาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ส่วนที่ 2 ผู้ประการการ Outsource

ในการทำงานของ Outsource หมายถึงความรับผิดชอบ เสมือนเป็นส่วนหนึ่งของผู้รับบริการด้วยเช่นกัน หากเกิดความเสียหายจะต้องมีส่วนในการชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้น ในปัจจุบันมีการแข่งขันในทางธุรกิจค่อนข้างสูง ความจำเป็นในการพัฒนาของ Outsource ให้ผู้รับบริการพึงพอใจ ถือได้ว่าเป็นความท้าทายเป็นอย่างมาก เนื่องจากในธุรกิจของ Outsource ก็มีการแข่งขันในธุรกิจเดียวกัน อีกทั้งในอนาคตจะมีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ Outsource จำเป็นต้องปรับตัว และพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ธุรกิจ Outsource ยังเป็นความต้องการของผู้รับบริการ ดังนั้น ความตั้งการของผู้ใช้บริการจะเน้นคุณภาพปัจจัยในด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม และการเอาใจใส่ดูแล เมื่อทราบถึงความต้องการผู้รับบริการแล้วจำเป็นต้องมีการตอบสนองในด้านนี้ให้เป็นอย่างดี แต่ต้องเน้นไปทางคุณภาพของงานเป็นหลัก ไม่ใช่เป็นสร้างภาพเพียงอย่างเดียว มีการบริการตลอดเวลา จนงานสำเร็จบรรลุเป้าหมาย ตลอดจนมีการวัดและประเมินตลอดเวลา มีการสร้างกลยุทธ์ของตนเองสร้างความน่าเชื่อถือในการบริการ เมื่อผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีจะมีการโฆษณาบอกต่อ สามารถสร้างความเชื่อมั่นของบริษัทได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากลุ่มประชากร เฉพาะผู้ใช้บริการ Outsource เฉพาะด้านแรงงาน ของกลุ่มลูกค้าของบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด เท่านั้น จึงควรใช้การศึกษาเปรียบเทียบกับ Outsource ในด้านอื่น ๆ เช่น ผู้ใช้บริการ Outsource ด้านการขนส่ง ผู้ใช้บริการ Outsource ด้านระบบคอมพิวเตอร์สารสนเทศ และ ผู้ใช้บริการ Outsource ด้านบัญชี เป็นต้น เพื่อนำผลจากการใช้ Outsource ในด้านอื่น นำมาเปรียบเทียบในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อนำการวิจัยมาปรับปรุงพัฒนาของผู้ประกอบการ Outsource ในอนาคต

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

บรรณานุกรม

กมลกานต์ เทพธรานนท์. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบการของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กุลธน ธนาพงศธร. (2530). *ประโยชน์และบริการ*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ฉวีวรรณเพ็ชร ประสม. (2552). *ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการบริหารประสบการณ์ลูกค้าต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิต.* วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ขวัญเชิญ ภาคฐิน. (2546). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการ อุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมวิทยาประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดนัย เทียนพุฒ. (2541). *ทิศทางและบทบาทการบริหารทรัพยากรบุคคลในทศวรรษหน้า*. กรุงเทพฯ: สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย

ดารนี ชาติทอง. (2548). กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมโฟร์ซีซั่นกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นฤมล โชติเวช. (2546). การให้บริการจากใจถึงใจ. *จุลสารสรรพากร, 21*(3), 11.

นิสดารก์ เวชยานนท์. (2548). “Outsourcing?: แรงกดดันที่มากับกระแสโลกาภิวัตน์”. ใน *เอกสารการสัมมนาวิชาการในวาระครบรอบ 50 ปีคณะรัฐประศาสนศาสตร์ บนเส้นทางพลังปัญญาสู่การบริหารการพัฒนาประเทศ.* กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ประนม ถาวรเวช. (2545). บริการอย่างไรให้ประทับใจ. *จุลสารสรรพากร, 20*(9), 8.

ภูษิต สายกิ้มซ้วน. (2550). *ความพึงพอใจของประชาชนตำบลเจ๊ะบิลังที่มีต่อการให้บริการประปาหมู่บ้านขององค์การบริหารส่วนตำบลเจ๊ะบิลัง อำเภอเมือง จังหวัดสตูล.* การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2548). *การศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางใหม่เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมไทย.* เข้าถึงได้จาก http://www.trf.or/research/abstract.asp?PROJECTID=MRG4780112

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

วัลดา บินซาเว็น. (2543). *ความพึงพอใจของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ต่อการให้บริการงานทะเบียนหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วัลลภา ชายหาด. (2532). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะด้านรักษาความสะอาดของ กรุงเทพมหานคร* . วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิชาญ ฤทธิ์รงค์. (2528). *เทคนิคการหาเงินฝาก.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยใน อำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน.*วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วุฒิชัย ชิตเจริญ. (2544). *พัฒนาการและปัญหาของธุรกิจบริการจ้างเหมาแรงงานภายนอกที่บริการให้แก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน*: *ศึกษากรณีเฉพาะบริษัท ทักษ์ กรุพ จำกัด.* ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม, บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศรัณย์ ทิพย์บำรุง. (2544). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพาณิช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *ทฤษฎีองค์การ.* กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.

สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). *ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียน มัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด.* วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.

สุจิตรา ชำนิวิกย์กรณ์. (2538). *ภาคบริการ.* กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุชาดา สุขสวัสดิ์ ณ อยุธยา. (2541). “Outsource คืออะไร”. *วารสารการบริหารคน , 19*, 17-19.

สุมนา อยู่โพธิ์. (2532). *ตลาดบริการ.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุมนา อยู่โพธิ์. (2533). *ภาคบริการ.* กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. (2530). *พฤติกรรมให้บริการของเจ้าหน้าที่ องค์การราชการกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์.* วิทยานิพนธ์รัฐศาตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารรัฐกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

อภิชัย ศรีเมือง. (2548). *"ประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของวงการ HR" ใน 40 ปี PMAT บนเส้นทางการบริหาร*. กรุงเทพฯ: สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย

อมรา ผูกบุญเชิด. (2539). *การบริการ*. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

Bragg, S. M. (1998). *Outsourcing: A guide t selecting the correct business unit-negotiating the contract maintaining control maintaining control of the process*. New York: Wiley.

Cook, W. C., & Hunsaker, P. L. (2001). *Management and organization behavior* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurehip Theory and Practice, 16*(1), 7-25

Crosby, P. B. (1988). *The eternally successful organization*. New York: McGraw-Hill

Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Taylor, M. L. (2005). *Strategic management: Creating competitive advantage* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Domberger, S. (1998). *The contracting organization: A strategic guide to outsourcing*. Oxford, NY: Oxford.

Entrialgo, M. (2002). The impact of the alignment of strategy and managerial characteristic on spanish SMEs. *Journal of Small Business Management, 40*(3), 260-270.

Good, C. V. (1973). *Dictionary of education*. New York: McGraw-Hill.

Greaver, M. F. (1999). *Strategic outsourcing: A structured approach to outsourcing decisions and initiatives*. New York: Amacom.

Gronroos, C. (1996). *Service management and marketing: Managing the moments of truth service competition*. Lexington, MA: Lexington Books.

Hatten, T. S. (2006). *Small business management: Entrepreneurship and beyond* (3rd ed.). Boston, MA: Houghton Mifflin.

Heywood, C. (2001). *A history of childhood*. Malden, Mass: Polity.

Hornby, A. F. (2000). *Advance learner's dictionary* (6th ed.). London, England: Oxford University.

Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In L., Berry, G., Shostack, & G., Upah, (Eds.), *Emerging perspectives on service marketing* (pp. 99-107) Chicago, IL: American Marketing.

Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty J. W., & Palich, L. E. (2006). *Small business management: An entrepreneurial emphasis.* NP: South-Western.

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

Maslow, A. H. (1970). *Mativation and personanlity*. New York: Harper & Row.

Miller, D. (1983). *The correlates of entrepreneurship in tree types of firm. Management Sciences, 29*(7), 770-790.

Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer.* Boston: McGraw-Hill.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing custemer perceptions and expections*. New York: The Free Press.

Quirk, R. (1987). *Longman dictionary of contemporary English* (2nd ed.). London, England: Richard Clay Ltd.

Shelly, D. F. (1995). Tackling family member compensation. *American Printer, 215*, 2.

Shelly, M. W. (1975). *Responding to social change*. Pennsylvania: Dowden Hutchinson & Ross.

Wikipedia. (2010). *Learning object.* Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Learning_object

Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of behavioral science.* London: Litton Educational.

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ภาคผนวก

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เรื่อง การศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource ทางด้านแรงงาน และคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา ทางผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งในความร่วมมือตอบแบบสอบถามของท่าน

โปรดเขียนเครื่องหมาย √ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ท่านเลือกตอบ หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

<u>ส่วนที่ 1</u> แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 26-30 ปี
☐ 31-35 ปี ☐ 36-40 ปี
☐ 41-50 ปี ☐ 50 ปีขึ้นไป

3. วุฒิการศึกษา

☐ ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น
☐ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ☐ อนุปริญญาหรือปวส.
☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อายุงาน

☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1-3 ปี
☐ 4-6 ปี ☐ 7-9 ปี
☐ 10 ปีขึ้นไป

5. ตำแหน่งหน้าที่

☐ ด้านปฏิบัติงานและประสานงาน ☐ ด้านวางแผนการผลิต
☐ ด้านสรรหาบุคลากร ☐ ด้านควบคุมคุณภาพ
☐ ด้านบัญชีและการเงิน

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

<u>ส่วนที่ 2</u> ปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ Outsource ท่านมากน้อยเพียงใด

หัวข้อการเลือกใช้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)					
พนักงานของ Outsource มีการแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย					
พนักงานของ Outsource มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ					
พนักงานของ Outsource ยินดีรับฟัง คำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้า					
พนักงานของ Outsource ให้บริการด้วย ความรับผิดชอบและเต็มใจ					
พนักงานของ Outsource ให้บริการอย่าง มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ					
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)					
พนักงานของ Outsource ให้บริการด้วย ความรอบคอบและถูกต้อง					
พนักงานของ Outsource มีความรู้ในเรื่องของ สินค้าของโรงงาน					
บริษัท Outsource มีนโยบายป้องกันข้อมูล ความลับของโรงงาน					
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)					
พนักงานของ Outsource มีความพร้อมที่ จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันท่วงที					
การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทันตาม กำหนดเวลา					
พนักงานของ Outsource มีความกระตือรือร้นที่จะ ให้บริการแก่ลูกค้า					

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

หัวข้อการเลือกใช้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)					
พนักงานของ Outsource ให้บริการแก่ ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ					
พนักงานของ Outsource ให้บริการด้วยความสุภาพ					
พนักงานของ Outsource ได้รับการอบรมกฎระเบียบของโรงงานก่อนเริ่มงาน					
5. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)					
พนักงานของ Outsource ให้ความเอาใจ ใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน					
พนักงานของ Outsource มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับ รายละเอียดการให้บริการ					
พนักงานของ Outsource มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงงานอย่างเคร่งครัด					

<u>ส่วนที่ 3</u> ปัญหา/ ข้อเสนอแนะ

<u>ปัญหา</u> .....

.....

.....

<u>ข้อเสนอแนะ</u> .....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์นี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาการดำเนินธุรกิจ Outsource ทางด้านแรงงาน และคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด โดยใช้ในการสัมภาษณ์ประธานบริหารและกรรมการผู้จัดการ ของ บริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุล ..... อายุ.....

ตำแหน่งในองค์การ.....

ระดับการศึกษาสูงสุด.....

ให้การสัมภาษณ์ วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 ทางบริษัท จ๊อบซัพพลาย ฮิวแมน รีซอร์สเซส จำกัด มีแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างไร

ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจ Outsource ด้านแรงงาน

ประเด็นที่ 3 แนวทางการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ประเด็นที่ 4 มีกลยุทธ์อะไรบ้างที่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งได้

ประเด็นที่ 5 แนวโน้มในอนาคตของการใช้บริการของธุรกิจ Outsource

ประเด็นที่ 6 ผลกระทบหรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการนำ Robot มาใช้ของโรงงาน

ประเด็นที่ 7 การแข่งขันด้านราคาจะเกิดผลกระทบต่อวงการธุรกิจอย่างไร มีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ภาคผนวก ค

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.957	.774	20

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum/ Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.793	1.467	4.467	3.000	3.045	.528	20
Item Variances	.595	.257	1.840	1.583	7.147	.115	20

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

ภาคผนวก ง

ผลการตรวจอักขราวิสุทธิ์

Plagiarism Checking Report

Created on May 27, 2019 at 10:45 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1243341	May 27, 2019 at 10:45 AM	59710047@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 1.docx	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

902729246
BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

Plagiarism Checking Report

Created on May 27, 2019 at 10:45 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1243342	May 27, 2019 at 10:45 AM	59710047@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 2.docx	Completed	4.42 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	การศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอสในเขตกรุงเทพมหานคร	เดือนใจ จันทร์หนองสรวง	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	0.85 %
2	ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และคุณค่าตราสินค้า ของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางต่างประเทศ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา,THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AND BRAND EQUITY OF CONSUMER INTERNATIONAL COSMETIC BRAND IN NAKHO	สุภาณี เกษมสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	0.70 %
3	คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี,Service Quality of the provincial Electricity Authority\, Pattaya\, Chonburi	สิทธิชัย ป่าเพ็ญเพียร	มหาวิทยาลัยบูรพา	0.70 %
4	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี,Customers' Satisfaction with the Services Provided to the Thai Military Bank\, Chantaburi Branch	ปุณยภาพัชร อาจหาญ	มหาวิทยาลัยบูรพา	0.62 %
5	คุณภาพการให้บริการของฝ่ายตรวจสภาพรถ สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี,Vehicle inspection service quality at the office of Land Transport\, Chon Buri Province	ประวร ไชยอ้าย	มหาวิทยาลัยบูรพา	0.60 %
6	ความคิดเห็นของลูกค้าในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาฉะเชิงเทราในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา	อภิชาติ สุขแพทย์	มหาวิทยาลัยบูรพา	0.60 %
7	ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการบริหารประสบการณ์ลูกค้าต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิต,Impacts of customer relationship management and customer experience management on brand equity of credit cards business	ฉวีวรรณ เพ็ชรประสม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	0.37 %

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

Match Details

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT	TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)
สนองต่อผู้รับบริการโดยอยู่บนพื้นฐานความคาดหวังของมาผู้รับบริการนั้นๆ Gronroos 1996 ได้ให้นิยามไว้ว่าของคุณภาพการให้บริการไว้ใน 2 ลักษณะ คือ 1 คุณภาพเชิงเทคนิค Technical quality ซึ่งเกี่ยวกับผลลัพธ์หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการต่างๆโดยสามารถวัดคุณภาพได้เหมือนกับการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ Product quality และ 2 คุณภาพเชิงหน้าที่ Functional quality ซึ่งเกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็นกระบวนการของการประเมิน Crosby 1988 ได้ให้คำนิยามไว้ว่าคุณภาพการบริการหรือ	โดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่า\ n สอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใดการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ(Delivering Service \ n 9 \ nQuality)จึงหมายถึงการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ\ n กรอนรูส(Gronroos \, 1982 \, p . 17)ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าจาแนก\ n ได้ 2 ลักษณะคือคุณภาพเชิงเทคนิค(Technical Quality)อันเกี่ยวกับผลลัพธ์หรือสิ่งที่ผู้รับบริการ\ n ได้รับจากบริการนั้นโดยสามารถที่จะวัดได้เหมือกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์(Product \ nQuality)ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่(Functional Quality)เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของ\ n การประเมินนั้นเอง\ n ครอสบี้(Crosby \, 1982 \, p . 15)กล่าวไว้ว่าคุณภาพการให้บริการหรือ" Service Quality "\ n นั้นเป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดาเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองตรงตาม\ n ความต้องการของผู้บริการและสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย\ n คุณภาพการให้บริการเป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการโดย\ n ทาการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง(Expectation Service)กับการบริการที่รับรู้จริง\ n (Perception Service)จากผู้
สั้นเกินไปอีกทั้งควรให้ความเอาใจใส่แก่ผู้มารับบริการนฤมลโชติเวช 2546 หน้า 11 ให้คำนิยามของการให้บริการที่ดีว่าทุกคนควรขจัดสิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวออกไปให้หมดสิ้นเพื่อให้เปิดใจรับฟังผู้อื่นพร้อมทำความเข้าใจกับสิ่งนั้นๆและปรับจิตใจให้ยอมรับในอาชีพที่ปฏิบัติอยู่ซึ่งในการบริการเป็นการให้บริการต่อผู้มารับบริการหรือมีการติดต่อสื่อสารกันทันทีจำเป็นต้องมีท่าทางความรู้สึกบนใบหน้าการใช้คำ	ได้รับการบริการที่ยุติธรรมทั้งปริมาณและคุณภาพที่เฉลี่ยเท่าเทียมกันแต่\ n ขณะเดียวกันก็สามารถรู้สึกว่าได้รับการปฏิบัติที่ดีเหนือคนอื่น\ n ประนมถาวรเวช(2545 \,หน้า 8)การให้บริการที่ดีคือผู้ให้บริการต้องมีอัธยาศัยไมตรี\ n ประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้คือทาในสิ่งที่ผู้มารับบริการไม่คาดฝันหรือให้บริการแบบบวกเพิ่มไปอีก\ n หนึ่งเท่ามีรอยยิ้มใน 4 รูปแบบคือรอยยิ้มแบบทักทายรอยยิ้มแบบพร้อมที่จะพูดรอยยิ้มแบบเปิด\ n หมดทั้งหน้าตาปากและรอยยิ้มแบบพูดพร้อมยิ้มซึ่งทุกรอยยิ้มให้ความรู้สึกอบอุ่นการทักทายด้วย\ n น้าเสียงที่น่าฟังมีหางเสียงอย่าพูดเร็วหรือสั้นเกินไปและให้ความเอาใจใส่แก่ผู้มาติดต่ออย่าปล่อย\ n ให้เป็นคนแปลกหน้า\ n นฤมลโชติเวช(2546 \,หน้า 11)ได้ชี้ให้เห็นการให้บริการที่ดีว่าทุกคนจะต้องขจัดสิ่ง\ n ต่างๆที่อยู่รอบตัวออกไปให้หมดสิ้นเปิดใจรับฟังผู้อื่นพร้อมทาความเข้าใจกับสิ่งนั้นๆปรับจิตใจ\ n ให้ยอมรับในอาชีพที่กระทาอยู่ซึ่งการบริการเป็นการให้บริการต่อหน้าผู้มารับบริการหรือมีการ\ n ติดต่อสื่อสารกันทันทีท่าทางความรู้สึกบนใบหน้าคาพูดโทนเสียง
ที่จะมาใช้บริการอีกควรดำเนินการดังนี้ 1 การแต่งกายของพนักงานสะอาดเรียบร้อย 2 การต้อนรับของพนักงานต่อลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน 3 การมีความรอบรู้ในหน้าที่ของพนักงานบริการด้วยความรวดเร็วมีความกระตือรือร้น 4 ควรมีข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่างๆเพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม 5 การให้บริการจำเป็นต้องรู้ถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ 6 สถานที่ปฏิบัติงานต้องดูแลให้สะอาดมีการจัดที่พักคอยสำหรับลูกค้า 7 ควรมีการเยี่ยมลูกค้า	ได้รับค่าตอบแทนจากการให้บริการคุ้มกับการมาใช้บริการ\ n2 .ลักษณะให้บริการผู้ใช้บริการบางคงเห็นว่าการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมสำคัญกว่า\ n การบริการจากเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม\ n3 .ผู้ใช้บริการได้รับการยกย่องนับถือหรือความเคารพจากผู้ให้บริการ\ n4 .ผู้ใช้บริการมีโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในธุรกิจที่ใช้บริการเพราะผลตอบแทนจากการ\ n ใช้บริการ\ n5 .ประชาธิปไตยจากการใช้บริการคือผู้ใช้บริการมีโอกาสแสดงความคิดเห็นหรือมี\ n ส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการบริการ\ n6 .ความมีระเบียบในการบริการ\ n วิชาญฤทธิรงค์(2528 \,หน้า 52)ได้ชี้แนะว่าการให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้\ n ได้รับความพึงพอใจและประทับใจอยากที่จะมาใช้บริการอีกควรดำเนินการดังนี้\ n1 .พนักงานต้องแต่งกายสะอาดเรียบร้อย\ n2 .ต้องรับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน\ n3 .พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่บริการด้วยความรวดเร็วมีความกระตือรือร้น\ n4 .ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่างๆเพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม\ n5 .การให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ\ n6 .สถานที่ทำการต้องดูแลให้สะอาดมีการจัดที่พักคอยสำหรับลูกค้า
และทฤษฎีความพึงพอใจ Good 1973 ได้ให้นิยามของความพึงพอใจไว้ว่าสภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจโดยเป็นผลมาจากความสนใจในด้านต่างๆและทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น Oliver 1997 ได้ให้นิยามของความพึงพอใจหมายถึงการตอบสนองที่แสดงให้เห็นถึงความประสงค์ของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและมีต่อการได้รับบริการอีกทั้งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในมุมมองที่มีความแตกต่างกันตามมุมมองของ	และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง\ n "ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทยจากัด(มหาชน)\ n สาขาจันทบุรี"มีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้\ n1 .แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ\ n2 .แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ\ n3 .แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคาร\ n4 .แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ\ n5 .ประวัติธนาคารทหารไทยจากัด(มหาชน)\ n6 .งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง\ n7 .กรอบแนวคิดในการวิจัย\ n โดยมีรายละเอียดดังนี้\ n แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ\ n ความหมายของความพึงพอใจ\ n กู๊ด(Good \, 1973)กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงสภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจ\ n ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆและทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น\ n โอลิเวอร์(Oliver \, 1997)ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจคือการตอบสนองที่แสดงถึง\ n ความรู้ประสงค์ของลูกค้าเป็นวิจารณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการความพึงพอใจมีมุมมองที่\ n แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน\ n โวลแมน(Wolman \, 1973)กล่าวว่าความพึงพอใจหมาย

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT	TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)
ลูกค้าสัมพันธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการและศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ตลอดจนวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของแผนอาหารและเครื่องดื่มโรงแรมโฟร์ซีซั่นกรุงเทพ โดยผลการศึกษาพบว่าการใช้กลยุทธ์การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการของแผนกอาหารและเครื่องดื่มโรงแรมโฟร์ซีซั่นกรุงเทพคือการที่ให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลางธุรกิจ Customer centric โดยจำเป็นที่จะเน้นการให้บริการ	ที่เกิดจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์อีกทั้งการบริการที่กระทาต่อจิตใจคนซึ่งถือ\ n เป็นส่วนสาคัญยิ่งในโปรแกรมการสื่อสารการตลาดเพื่อการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า\ n ดารนีชาติทอง(2548)ได้ทาการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์แผนกอาหาร\ n และเครื่องดื่มโรงแรมโฟร์ซีซั่นกรุงเทพมหานครโดยการทาวิจัยเชิงคุณภาพจากเอกสารและการ\ n สัมภาษณ์ผู้บริหารผู้จัดการและพนักงานปฏิบัติการของแผนกอาหารและเครื่องดื่มมีวัตถุประสงค์\ n เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้\ n บริการและศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ตลอดจนวิธีการ\ n แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของแผนอาหารและเครื่องดื่มโรงแรมโฟร์ซีซั่นกรุงเทพโดยผลการศึกษา\ n พบว่าการใช้กลยุทธ์การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้\ n บริการของแผนกอาหารและเครื่องดื่มโรงแรมโฟร์ซีซั่นกรุงเทพคือการให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง\ n ธุรกิจ(Customer Centric)โดยเน้นการให้บริการที่เป็นส่วนตัวและการสร้างความพึงพอใจในการ\ n บริการให้มากที่สุดซึ่งเน้นความมีมาตรฐานและวัฒนธรรมในการให้บริการและการใช้กลยุทธ์การ\ n บริหารลูกค้าสัมพันธ์ของแผนกอาหารและเครื่อง
การบริการประสบการณ์ลูกค้าต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานและผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บัตรเครดิตอย่างน้อย 1 ปีในเขตกรุงเทพมหานครสรุปผลการวิจัยพบว่าในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทางด้านการเก็บรักษาลูกค้าจะเกิดผลกระทบโดยตรงต่อคุณค่าตราสินค้าธุรกิจสินเชื่อเป็นอย่างมากและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในด้านโปรแกรมการสร้างความสัมพันธ์เกิดผลกระทบโดยทางอ้อมต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตร	สินเชื่อบัตรเครดิตของกลุ่มผู้หญิงวัย\ n ทางานและผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บัตรเครดิตอย่างน้อย 1 ปีในเขตกรุงเทพมหานครสรุป\ n ผลการวิจัยพบว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในด้านการเก็บรักษาลูกค้ามีผลกระทบทางตรงต่อคุณค่า\ n ตราสินค้าธุรกิจสินเชื่อมากที่สุดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในด้านโปรแกรมการสร้าง\ n ความสัมพันธ์มีผลกระทบทางอ้อมต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตมากที่สุดสาหรับ\ n ผลกระทบรวมของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตพบว่า\ n การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในด้านการเก็บรักษาลูกค้ามีผลกระทบรวมต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจ\ n สินเชื่อบัตรเครดิตมากที่สุด\ n จารุวรรณปัญญาศิริ(2554)ได้ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มี\ n ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสาอางของไทยยี่ห้อหนึ่งของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร\ n สรุปผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงที่ใช้/เคยใช้\ n ผลิตภัณฑ์เครื่องสาอางหรือบริการของร้านเครื่องสาอางมีจานวน 400 คนสรุปผลการวิจัยพบว่า\ n การรับรู้ต่อระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในด้านการสร้างฐานข้อมูล(Database)มีอิทธิพล
เครดิตเป็นอย่างมากและผลกระทบโดยรวมของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ต่อคุณค่าตราสินค้าด้านธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตสรุปได้ว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในด้านการเก็บรักษาลูกค้าจะเกิดผลกระทบโดยรวมต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตมากที่สุด	ประสบการณ์ลูกค้าในด้านความเชื่อถือ\ n และมั่นใจที่จะมีผลต่อคุณค่าตราสินค้ามากที่สุด\n4.5.3ผลกระทบทางตรงและผลกระกระทบทางอ้อมของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อ\ n คุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิต\ n การศึกษาผลกระทบทางอ้อมของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อคุณค่าตราสินค้าใน\ n ธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตสามารถสรุปได้ดังนี้\ n 152 \ n1 .การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในด้านการเก็บรักษาลูกค้ามีผลต่อคุณค่าตราสินค้าใน\ n ธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตมากที่สุดรองลงมาคือการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์\ n การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าตามลำดับ\ n2 .การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

Plagiarism Checking Report

Created on May 27, 2019 at 10:45 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1243343	May 27, 2019 at 10:45 AM	59710047@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 3.docx	Completed	3.41 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	การสร้างแรงจูงใจในการทำงานของข้าราชการแผนกเครื่องปรับอากาศกองโรงงาน กรมช่างโยธาทหารอากาศ,Building work motivation of the officials of Air Condition Department\, Manufacturing division\, the directorate of Civil Engineering	เกรียงไกร เกษร	มหาวิทยาลัยบูรพา	3.41 %

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

Match Details

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT	TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)
ใช้ในการศึกษาวิจัยต่อไป 2 การวิจัยเชิงสำรวจ Survey research เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม Questionnaire และการสัมภาษณ์เชิงลึก Indepth interview จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ Key informant ซึ่งสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีและเอกสารต่างๆที่เกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจในการทำงาน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 2 1 แบบสอบถามลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด Close ended question และคำถามปลายเปิด Open ended question โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล	(Documentary Research)เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและ\ n งานวิจัยต่างๆได้แก่แนวคิดทฤษฎีผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งการค้นคว้าและการสืบค้นข้อมูล\ n ทางอินเตอร์เน็ตทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาและใช้เป็นฐานในการกำหนดตัวแปรที่จะนำมาใช้\ n ในการศึกษาวิจัยต่อไป\ n2 .การวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research)เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม\ n (Questionnaire)และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-depth Interview)จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ(Key \ nInformant)ซึ่งสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีและเอกสารต่างๆที่เกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจในการ\ n ทำงานโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ\n2.1แบบสอบถามลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด(Close -- ended \ nQuestion)และคำถามปลายเปิด(Open -- ended Question)โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน\ n ดังนี้\ n ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม\ n ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ(Check List)ประกอบด้วยอายุอายุงานการศึกษารายได้และ\ n ตำแหน่ง\ n ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจที่\ n มีผลต่อระดับของแรงจูงใจในการทำงานของข้าราชการลูกจ้าง

Plagiarism Checking Report

Created on May 27, 2019 at 10:45 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1243344	May 27, 2019 at 10:45 AM	59710047@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 4.docx	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

Plagiarism Checking Report

Created on May 27, 2019 at 10:45 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1243345	May 27, 2019 at 10:45 AM	59710047@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 5.docx	Completed	1.60 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี,Customers' Satisfaction with the Services Provided to the Thai Military Bank\, Chantaburi Branch	ปุณยภาพัชร อาจหาญ	มหาวิทยาลัยบูรพา	1.60 %

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39

Match Details

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT	TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)
ต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพและลักษณะส่วนบุคคลและยังสอดคล้องกับศิริวรรณเสรีรัตน์ 2538 ได้กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้าหรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการคาดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวัง 1 3 ส่วนลำดับของปัจจัยที่รองลงมาตามลำดับประกอบไปด้วยคุณภาพของปัจจัย	จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการ\ n ได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่งเมื่อเกิดความต้องการบุคคลจะตั้งเป้าหมายเพื่อให้บรรล\ n ความต้องการความพึงพอใจของบุคคลจะแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพและลักษณะ\ n ส่วนบุคคล\ n ศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ(2538)ได้กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับ\ n ความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือ\ n การทางานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้าหรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของ\ n ผู้ให้บริการกับการคาดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวัง\ n ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการ\ n กับความคาดหวังของบุคคลซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนั้นเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของ\ n แต่ละบุคคลอาทิจากเพื่อนจากนักการตลาดหรือจากข้อมูลคู่แข่งขันเป็นต้นฉะนั้นสิ่งสาคัญที่\ n ทาให้ผู้ให้บริการประสบความสาเร็จก็คือการเสนอบริการที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกับ\ n ความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการโดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสาหรับลูกค้าส่วนผล\ n ประโยชน์จากการบริการเกิดจากการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าส่วนผลประโยชน์จากการบริการ\ n เกิดจากการสร้างความพึงพอใจ

902729246 BUU iThesis 59710047 independent study / recv: 02062562 10:18:01 / seq: 39