

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ได้หันมาให้ความสนใจในความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์มากขึ้น โดยการจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรให้มีความพร้อมในการแข่งขันควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตขององค์กร การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถและมีคุณภาพที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรทางด้านการบริหาร การตลาด การขาย หรือแม้กระทั่งการให้บริการลูกค้าในส่วนของพนักงานรับโทรศัพท์ของศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 – 2554 ได้กำหนดให้มีการพัฒนาคุณภาพคนเป็นเป้าหมายสำคัญของแผนฯ ตามแนวคิด “การพัฒนาคุณภาพคนให้มีความพร้อมมีทักษะในการประกอบอาชีพ มีความมั่นคงในการดำรงชีวิตอย่างมี ศักดิ์ศรี และอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข” (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10, 2550) กล่าวคือทรัพยากรคนหรือทุนทางสังคม ยังมีความจำเป็นและความสามารถในการพัฒนาได้อีกมาก ทั้งนี้เพื่อให้สามารถปรับตัว และสนองตอบต่อพลวัต และการเปลี่ยนแปลง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภายใต้สภาพแวดล้อมทางการตลาด และการแข่งขันที่สูงขึ้น ลูกค้าขององค์กรถือได้ว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ เครื่องมือหนึ่งที่องค์กรต่าง ๆ ใช้เพื่อรักษาความสัมพันธ์ลูกค้า คือ การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) หรือที่เรียกย่อๆว่า CRM ซึ่งศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เป็นระบบหนึ่งที่เป็นตัวส่งเสริมการทำ CRM ที่มีประสิทธิภาพการพัฒนาบุคลากรประจำศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จึงถือได้ว่าเป็นการสร้างประโยชน์อย่างสูงต่อองค์กร เพื่อให้พนักงานมีศักยภาพและความพร้อมที่จะเข้าสู่การแข่งขันทางธุรกิจ

การให้บริการผ่านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 1100 (Call Center 1100) ของบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ทักษะในการสนทนา ทักษะในการให้บริการด้านข้อมูลสินค้าและบริการ ตลอดจนความรู้ทางด้านระบบงาน การจัดการ และการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เป็นสิ่งจำเป็นที่พนักงานรับสายโทรศัพท์ต้องมีควบคู่ไปพร้อมกับการใช้ฐานข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ โดย

มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าทางโทรศัพท์ ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

แนวคิดและทฤษฎีในเรื่องการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ ยังไม่สามารถระบุได้อย่างแน่นอนว่าเริ่มต้นเมื่อใด แต่ในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา ได้มีการวางแนวคิดเรื่องการพัฒนาทักษะของบุคลากรเข้ามาเป็นส่วนประกอบหนึ่งขององค์กรต่าง ๆ หลังจากนั้น การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะของบุคลากร ก็เริ่มถูกใช้กันมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการฝึกอบรมให้กับพนักงานรับสายโทรศัพท์ของศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จึงสนใจที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นของพนักงานรับสายโทรศัพท์ที่ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 1100 ต่อหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ การให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ว่าในมุมมองของพนักงานรับสายโทรศัพท์ของศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 1100 การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการ ตรงความกับต้องการและเป็นประโยชน์ต่อพนักงานมากน้อยเพียงใด เพื่อประโยชน์สำหรับองค์กรที่จะพัฒนารูปแบบการฝึกอบรม ให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทที่จะใช้เทคโนโลยีและทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าทางโทรศัพท์ ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด อันจะก่อให้เกิดผลดีแก่องค์กรในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ การให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ที่ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ การให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐานของการวิจัย

ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ การให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ จำแนกลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานรับสายโทรศัพท์ของศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำนวน 731 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

2.1.1 ลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ การให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ หลักสูตรในการฝึกอบรม การดำเนินการฝึกอบรม และการประเมินผลการฝึกอบรมด้านวิทยากรและการใช้ประโยชน์

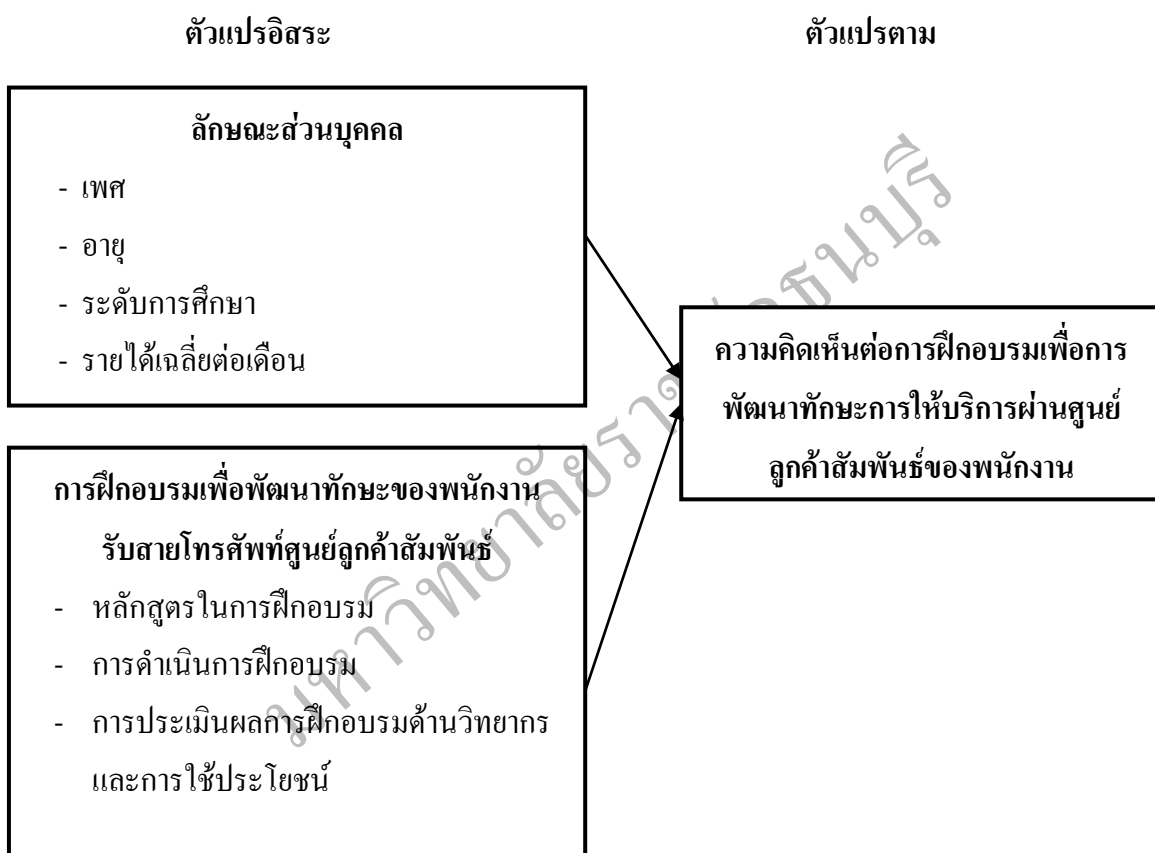
2.2 ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงาน

3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงมกราคม 2552

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ การให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ที่ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยได้ประยุกต์มาจากกระบวนการฝึกอบรมของ จุฬามณี ตระกูลมุกดา (2544) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการที่จะทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความรู้ (Knowledge) เกิดความเข้าใจ (Understanding) เกิดความชำนาญ (Skill) และเกิดเจตคติ (Attitude)

ที่ดีเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จนกระทั่งให้ผู้เข้าฝึกอบรมเกิดการเรียนรู้ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ไปตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ

ความคิดเห็น หมายถึง ความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดจากการประเมินค่าเกี่ยวกับ เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งไม่อาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ ภูมิหลังทางสังคม ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้น

การปฏิบัติงาน หมายถึง ผลและพฤติกรรมที่ได้จากการปฏิบัติงานของผู้ผ่านการ ฝึกอบรมหลักสูตร ทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ โดยให้หัวหน้างานประเมินผลการ ปฏิบัติงาน

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อประสานงานระหว่างองค์กรกับลูกค้า รวมถึงกับ ผู้ขายหรือผู้ส่งมอบ ตลอดจนการรับข่าวสารข้อมูลจากลูกค้าทั้งที่เป็นกระแสตอบรับหรือการ ร้องเรียน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร ลูกค้า ผู้ส่งมอบ และประชาชนทั่วไป

การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่กระทำต่อลูกค้า ซึ่ง อาจจะเป็นลูกค้าผู้บริโภค หรือคนกลางในช่องทางจำหน่ายแต่ละรายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นให้ ลูกค้าเกิดความเข้าใจ มีการรับรู้ที่ดีตลอดจนรู้สึกชอบบริษัทและสินค้า หรือการบริการของบริษัท ทั้งนี้จะมุ่งเน้นกิจกรรมการสื่อสารแบบสองทางโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่าง บริษัทกับลูกค้าให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (Win-win Strategy) เป็นระยะเวลานาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของพนักงานรับสายโทรศัพท์ที่ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาบุคลากร และการปรับปรุงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนา ทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของ บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจจะศึกษาความคิดเห็นของพนักงานรับสาย โทรศัพท์ที่ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ ต่อการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ ในองค์กรอื่น ๆ