

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลของการอบรมหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐาน การบริการ ที่มีต่อเชาวน์อารมณ์และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน กรณีศึกษา: บริษัทลีส์ซิ่ง แห่งหนึ่ง” ผู้วิจัยได้ศึกษากับกลุ่มพนักงานที่เข้ารับการอบรม จำนวน 93 คน แบ่งการนำเสนอ ผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การประเมินเชาวน์อารมณ์และคุณภาพการให้บริการก่อนการฝึกอบรม

ส่วนที่ 3 การประเมินเชาวน์อารมณ์และคุณภาพการให้บริการหลังการฝึกอบรม

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามตามจำนวนผู้เข้าอบรมทั้งหมดคือ 120 คน โดยแบ่งเป็นแบบ สอบวัดเชาวน์อารมณ์ที่ใช้ชื่อแบบสอบถามว่าแบบประเมินตนเอง ชุดที่ 1 ประเมินก่อนอบรม จำนวน 120 ชุด ซึ่งใช้ในการวัดผลผู้เข้าอบรมก่อนที่จะเริ่มการอบรม และแบบประเมินตนเอง ชุดที่ 2 ประเมินหลังอบรม จำนวน 120 ชุด ซึ่งใช้วัดผลผู้เข้าอบรมหลังจากจบการอบรมเรียบร้อยแล้ว โดยแบบสอบถามทุกชุดมีการระบุชื่อผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อที่จะนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบใน ภาพรวม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลในการแจกและรวบรวม แบบสอบถามที่ให้หัวหน้างานประเมินพนักงานที่เข้ารับการอบรมหลักสูตรดังกล่าว โดยแบ่งเป็น แบบประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานตามการรับรู้ของหัวหน้างาน ชุดที่ 1 ประเมิน พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานก่อนเข้ารับการอบรม จำนวน 120 ชุด ซึ่งแจกก่อนที่จะเริ่ม การอบรม 1 สัปดาห์และรวบรวมคืนก่อนที่จะเริ่มการอบรม และแบบประเมินคุณภาพการ ให้บริการของพนักงานตามการรับรู้ของหัวหน้างาน ชุดที่ 2 ประเมินพฤติกรรมการให้บริการของ พนักงานหลังเข้ารับการอบรม จำนวน 120 ชุด โดยแบบสอบถามชุดนี้แจกหลังจากที่พนักงานผ่าน การอบรมไปแล้ว 2 สัปดาห์และรวบรวมคืนภายในระยะเวลา 1 เดือนหลังเสร็จสิ้นการอบรม ซึ่ง

แบบสอบถามทั้งหมดทางผู้วิจัยได้ระบุชื่อพนักงานที่ต้องการให้หัวหน้างานประเมินลงไปในรูปแบบสอบถามทั้งสองชุดเช่นเดียวกันเพื่อที่จะนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบในภาพรวม

ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนมาทั้งสิ้น 424 ชุด โดยแบ่งเป็น แบบประเมินตนเอง ชุดที่ 1 ประเมินก่อนอบรม จำนวน 112 ชุด แบบประเมินตนเอง ชุดที่ 2 ประเมินหลังอบรม จำนวน 103 ชุด แบบประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานตามการรับรู้ของหัวหน้างาน ชุดที่ 1 ประเมินพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานก่อนเข้ารับการอบรม จำนวน 108 ชุด และแบบประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานตามการรับรู้ของหัวหน้างาน ชุดที่ 2 ประเมินพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานหลังเข้ารับการอบรม จำนวน 101 ชุด โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ โดยพิจารณาจากผู้เข้าอบรมและหัวหน้างานของผู้เข้าอบรมตอบแบบสอบถามทั้งก่อนอบรมและหลังเข้ารับการอบรม เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงผลของการอบรมจึงจำเป็นต้องศึกษาจากข้อมูลที่ได้รับจากพนักงานกลุ่มเดียวกันทั้งก่อนและหลังการอบรม ผู้วิจัยพบว่าแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้มีจำนวนดังนี้ แบบสอบถามวัดเชาว์อารมณ์ จำนวน 186 ชุด แบ่งเป็นก่อนอบรม 93 ชุด และหลังอบรม 93 ชุด และแบบประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานตามการรับรู้ของหัวหน้างาน จำนวน 186 ชุด แบ่งเป็นก่อนอบรม 93 ชุด และหลังอบรม 93 ชุด

ตารางที่ 4.1

แสดงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	31	33.33
- หญิง	62	66.67
รวม	93	100
2. อายุ		
- 25 ปีหรือต่ำกว่า	23	24.73
- 26-30 ปี	25	26.88
- 31 ปีขึ้นไป	21	22.58
- ไม่ระบุอายุ	24	25.81
รวม	93	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)
แสดงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. แผนก / ฝ่าย		
- กฎหมาย	3	3.23
- ประชาสัมพันธ์	4	4.30
- การตลาดเข้าซื้อและ ลิสซิงธุรกิจ	12	12.90
- ควบคุมสินเชื่อ/บริหาร ลูกหนี้	37	39.78
- การเงิน / บัญชี	15	16.13
- ทะเบียน / ประกันภัย	22	23.66
รวม	93	100

จากตารางที่ 4.1 ที่แสดงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น ชาย มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 หญิงจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และมีอายุอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 24.73 ช่วง 26 – 30 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 26.88 ช่วง 31 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 22.58 และไม่ระบุอายุ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 25.81 และอยู่ในแผนกกฎหมาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 แผนกประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 แผนกการตลาดเข้าซื้อและลิสซิงธุรกิจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 แผนกควบคุมสินเชื่อ / บริหารลูกหนี้จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 39.78 แผนกการเงิน / บัญชี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.13 แผนกทะเบียน / ประกันภัย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 23.66

ส่วนที่ 2 การประเมินเชาวน์อารมณ์และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

ก่อนเข้ารับการฝึกอบรม

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแจกแจงคะแนนเชาวน์อารมณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนเข้ารับการอบรม

การประเมินเชาวน์อารมณ์	\bar{X}	ระดับ	S.D.	จำนวนผู้ที่มีเชาวน์อารมณ์		
				ระดับสูง (%)	ระดับกลาง (%)	ระดับต่ำ (%)
ด้านการตระหนักรู้ในตนเอง	3.76	สูง	.548	70 (75.27)	19 (20.43)	4 (4.30)
ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง	3.80	สูง	.581	66 (70.97)	21 (22.58)	6 (6.45)
ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง	3.90	สูง	.558	76 (81.72)	16 (17.20)	1 (1.08)
ด้านการเห็นอกเห็นใจ	3.59	สูง	.513	51 (54.84)	41 (44.09)	1 (1.08)
ด้านทักษะทางสังคม	3.42	ปานกลาง	.524	42 (45.16)	47 (50.54)	4 (4.30)
รวมทุกด้าน	3.70	สูง	.486	59 (63.44)	33 (35.48)	1 (1.08)

จากตารางที่ 4.2 พบว่าก่อนอบรมพนักงานมีองค์ประกอบของเชาวน์อารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองสูงที่สุด ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาตามลำดับคือ ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง ($\bar{X}=3.80$) ด้านการตระหนักรู้ในตนเอง ($\bar{X}=3.76$) ด้านการเห็นอกเห็นใจ ($\bar{X}=3.59$) และด้านทักษะทางสังคม ($\bar{X}=3.42$) โดยคะแนนเชาวน์อารมณ์ของพนักงานโดยรวมก่อนเข้ารับการอบรมคือ $\bar{X}=3.70$ และแสดงให้เห็นว่า

ผู้ที่มีระดับเชาวน์อารมณ์ต่ำในด้านการตระหนักรู้ในตนเองมี 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองมี 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 ด้านการเห็นอกเห็นใจมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 ด้านทักษะทางสังคมมี 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 โดยรวมคิดเป็น 1 คนคิดเป็นร้อยละ 1.08

ผู้ที่มีระดับเชาวน์อารมณ์ปานกลางในด้านการตระหนักรู้ในตนเองมี 19 คน คิดเป็นร้อยละ 20.43 ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองมี 21 คน คิดเป็นร้อยละ 22.58 ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองมี 16 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 ด้านการเห็นอกเห็นใจมี 41 คน คิดเป็นร้อยละ 44.09 ด้านทักษะทางสังคมมี 47 คน คิดเป็นร้อยละ 50.54 โดยรวมคิดเป็น 33 คนคิดเป็นร้อยละ 35.48

ผู้ที่มีระดับเชาวน์อารมณ์สูงในด้านการตระหนักรู้ในตนเองมี 70 คน คิดเป็นร้อยละ 75.27 ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองมี 66 คน คิดเป็นร้อยละ 70.97 ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองมี 76 คน คิดเป็นร้อยละ 81.72 ด้านการเห็นอกเห็นใจมี 51 คน คิดเป็นร้อยละ 54.84 ด้านทักษะทางสังคมมี 42 คน คิดเป็นร้อยละ 45.16 โดยรวมคิดเป็น 59 คนคิดเป็นร้อยละ 63.44

ตารางที่ 4.3

แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแจกแจงคะแนนคุณภาพการให้บริการของ
กลุ่มตัวอย่างก่อนเข้ารับการอบรม

การประเมินคุณภาพการให้บริการ	\bar{X}	ระดับ	S.D.	จำนวนผู้ที่มีคุณภาพการให้บริการ		
				ระดับสูง (%)	ระดับกลาง (%)	ระดับต่ำ (%)
ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ	3.59	สูง	.548	44 (47.31)	47 (50.54)	2 (2.15)
ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ	3.74	สูง	.667	55 (59.14)	31 (33.33)	7 (7.53)
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.81	สูง	.645	56 (60.22)	34 (36.56)	3 (3.23)
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	3.59	สูง	.549	42 (45.16)	49 (52.69)	2 (2.15)
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	3.67	สูง	.651	46 (49.46)	43 (46.24)	4 (4.30)
รวม	3.68	สูง	.557	54 (58.06)	38 (40.86)	1 (1.08)

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าหัวหน้างานประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานก่อนเข้ารับการอบรมด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมาตามลำดับคือด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($\bar{X} = 3.74$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($\bar{X} = 3.67$) ส่วนด้านรูปธรรมที่ปรากฏและด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการได้คะแนนเท่ากันคือ $\bar{X} = 3.59$ โดยคะแนนคุณภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมก่อนเข้ารับการอบรมคือ $\bar{X} = 3.68$ และแสดงให้เห็นว่า

พนักงานที่ได้คะแนนคุณภาพการให้บริการต่ำในด้านรูปธรรมที่ปรากฏมี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.15 ด้านความน่าเชื่อถือของบริการมี 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.53 ด้านการตอบสนองต่อ

ผู้รับบริการมี 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.15 และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมี 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 โดยรวมคิดเป็น 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08

พนักงานที่ได้คะแนนคุณภาพการให้บริการปานกลางในด้านรูปธรรมที่ปรากฏมี 47 คน คิดเป็นร้อยละ 50.54 ด้านความน่าเชื่อถือของบริการมี 31 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมี 34 คน คิดเป็นร้อยละ 36.56 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมี 49 คน คิดเป็นร้อยละ 52.69 และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมี 43 คน คิดเป็นร้อยละ 46.24 โดยรวมคิดเป็น 38 คนคิดเป็นร้อยละ 40.86

พนักงานที่ได้คะแนนคุณภาพการให้บริการสูงในด้านรูปธรรมที่ปรากฏมี 44 คน คิดเป็นร้อยละ 47.31 ด้านความน่าเชื่อถือของบริการมี 55 คน คิดเป็นร้อยละ 59.14 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมี 56 คน คิดเป็นร้อยละ 60.22 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมี 42 คน คิดเป็นร้อยละ 45.16 และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมี 46 คน คิดเป็นร้อยละ 49.46 โดยรวมคิดเป็น 54 คนคิดเป็นร้อยละ 58.06

ส่วนที่ 3 การประเมินเชาวน์อารมณ์และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

หลังเข้ารับการฝึกอบรม

ตารางที่ 4.4

แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแจกแจงคะแนนเชาวน์อารมณ์ของกลุ่มตัวอย่าง
หลังเข้ารับการอบรม

การประเมินเชาวน์อารมณ์	\bar{X}	ระดับ	S.D.	จำนวนผู้ที่มีเชาวน์อารมณ์		
				ระดับ สูง (%)	ระดับ กลาง (%)	ระดับ ต่ำ (%)
ด้านการตระหนักรู้ในตนเอง	3.93	สูง	.491	76 (81.72)	16 (17.20)	1 (1.08)
ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง	3.98	สูง	.476	75 (80.65)	17 (18.28)	1 (1.08)
ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง	4.03	สูง	.492	86 (92.47)	6 (6.45)	1 (1.08)
ด้านการเห็นอกเห็นใจ	3.79	สูง	.478	69 (74.19)	23 (24.73)	1 (1.08)
ด้านทักษะทางสังคม	3.70	สูง	.447	63 (67.74)	29 (31.18)	1 (1.08)
รวม	3.89	สูง	.427	77 (82.80)	15 (16.13)	1 (1.08)

จากตารางที่ 4.4 พบว่าหลังอบรมพนักงานมีองค์ประกอบของเชาวน์อารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองสูงที่สุด ($\bar{X}=4.03$) รองลงมาตามลำดับคือ ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง ($\bar{X}=3.98$) ด้านการตระหนักรู้ในตนเอง ($\bar{X}=3.93$) ด้านการเห็นอกเห็นใจ ($\bar{X}=3.79$) และด้านทักษะทางสังคม ($\bar{X}=3.70$) โดยคะแนนเชาวน์อารมณ์ของพนักงานโดยรวมหลังเข้ารับการอบรมคือ $\bar{X}=3.89$ และแสดงให้เห็นว่า

ผู้ที่มีระดับเชาวน์อารมณ์ต่ำในด้านการตระหนักรู้ในตนเองมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 ด้านการสร้างแรงจูงใจให้

ตนเองมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 ด้านการเห็นอกเห็นใจมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 ด้านทักษะทางสังคมมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 โดยรวมคิดเป็น 1 คนคิดเป็นร้อยละ 1.08

ผู้ที่มีระดับเชาวน์อารมณ์ปานกลางในด้านการตระหนักรู้ในตนเองมี 16 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองมี 17 คน คิดเป็นร้อยละ 18.28 ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองมี 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 ด้านการเห็นอกเห็นใจมี 23 คน คิดเป็นร้อยละ 24.73 ด้านทักษะทางสังคมมี 29 คน คิดเป็นร้อยละ 31.18 โดยรวมคิดเป็น 15 คนคิดเป็นร้อยละ 16.13

ผู้ที่มีระดับเชาวน์อารมณ์สูงในด้านการตระหนักรู้ในตนเองมี 76 คน คิดเป็นร้อยละ 81.72 ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองมี 75 คน คิดเป็นร้อยละ 80.65 ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองมี 86 คน คิดเป็นร้อยละ 92.47 ด้านการเห็นอกเห็นใจมี 69 คน คิดเป็นร้อยละ 74.19 ด้านทักษะทางสังคมมี 63 คน คิดเป็นร้อยละ 67.74 โดยรวมคิดเป็น 77 คนคิดเป็นร้อยละ 82.80

ตารางที่ 4.5

แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแจกแจงคะแนนคุณภาพการให้บริการของ
กลุ่มตัวอย่างหลังเข้ารับการอบรม

การประเมินคุณภาพการ ให้บริการ	\bar{X}	ระดับ	S.D.	จำนวนผู้ที่มีคุณภาพ การให้บริการ		
				ระดับ สูง (%)	ระดับ กลาง (%)	ระดับ ต่ำ (%)
ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ	4.03	สูง	.550	67 (72.04)	26 (27.96)	0 (0.00)
ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ	4.18	สูง	.575	81 (87.10)	11 (11.83)	1 (1.08)
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.17	สูง	.583	77 (82.80)	15 (16.13)	1 (1.08)
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ ผู้รับบริการ	3.94	สูง	.522	67 (72.04)	25 (26.88)	1 (1.08)
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	3.99	สูง	.578	70 (75.27)	21 (22.58)	2 (2.15)
รวม	4.06	สูง	.508	83 (89.25)	10 (10.75)	0 (0.00)

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าหัวหน้างานประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงาน
หลังเข้ารับการอบรมด้านความน่าเชื่อถือของบริการสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาตามลำดับคือ
ด้าน การตอบสนองต่อผู้เข้ารับบริการ ($\bar{X} = 4.17$) ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ($\bar{X} = 4.03$) ด้านการรู้จัก
และเข้าใจผู้รับบริการ ($\bar{X} = 3.99$) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($\bar{X} = 3.94$) โดย
คะแนนคุณภาพการให้บริการของพนักงานโดยรวมหลังเข้ารับการอบรมคือ $\bar{X} = 4.06$ และแสดงให้เห็นว่า

พนักงานที่ได้คะแนนคุณภาพการให้บริการต่ำในด้านรูปธรรมที่ปรากฏมี 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ด้านความน่าเชื่อถือของบริการมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 ด้านการตอบสนองต่อ

ผู้รับบริการมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.15 โดยรวมคิดเป็น 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

พนักงานที่ได้คะแนนคุณภาพการให้บริการปานกลางในด้านรูปธรรมที่ปรากฏมี 26 คน คิดเป็นร้อยละ 27.96 ด้านความน่าเชื่อถือของบริการมี 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.83 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมี 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.13 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมี 25 คน คิดเป็นร้อยละ 26.88 และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมี 21 คน คิดเป็นร้อยละ 22.58 โดยรวมคิดเป็น 10 คนคิดเป็นร้อยละ 10.75

พนักงานที่ได้คะแนนคุณภาพการให้บริการสูงในด้านรูปธรรมที่ปรากฏมี 67 คน คิดเป็นร้อยละ 72.04 ด้านความน่าเชื่อถือของบริการมี 81 คน คิดเป็นร้อยละ 87.10 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมี 77 คน คิดเป็นร้อยละ 82.80 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมี 67 คน คิดเป็นร้อยละ 72.04 และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมี 70 คน คิดเป็นร้อยละ 75.27 โดยรวมคิดเป็น 83 คนคิดเป็นร้อยละ 89.25

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เซาว์นอารมณ์โดยรวมของพนักงานหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.6

แสดงการเปรียบเทียบเซาว์นอารมณ์ของพนักงานก่อนและหลังฝึกอบรม

เซาว์นอารมณ์ของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.70	-.190	.353	-5.200	.000*
หลังอบรม	3.89				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรม โดยวิเคราะห์จากแบบสอบถามทั้งหมด พบว่า เซาว์นอารมณ์โดยรวมของพนักงานก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพนักงานมีเซาว์นอารมณ์ภายหลังเข้ารับการอบรม ($\bar{X} = 3.89$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X} = 3.70$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีเซาว์นอารมณ์เพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1.1 เซาว์นอารมณ์ของพนักงานด้านการตระหนักรู้ในตนเองหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.7

แสดงการเปรียบเทียบเซวรณ์อารมณ์ของพนักงานด้านการตระหนักรู้ในตนเอง
ก่อนและหลังฝึกอบรม

เซวรณ์อารมณ์ของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.76	-.174	.467	-3.583	.001*
หลังอบรม	3.93				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.7 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในด้านการตระหนักรู้ในตนเองพบว่า เซวรณ์อารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตนเองของพนักงานก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยพนักงานมีเซวรณ์อารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตนเองภายหลังเข้ารับการอบรม ($\bar{X} = 3.93$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X} = 3.76$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีเซวรณ์อารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตนเองเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 1.1

สมมติฐานที่ 1.2 เซวรณ์อารมณ์ของพนักงานด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.8

แสดงการเปรียบเทียบเซวรณ์อารมณ์ของพนักงานด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง
ก่อนและหลังฝึกอบรม

เซวรณ์อารมณ์ของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.80	-.181	.477	-3.653	.000*
หลังอบรม	3.98				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.8 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง พบว่า เชาวน์อารมณ์ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองของพนักงานก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพนักงานมีเชาวน์อารมณ์ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองภายหลังเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.98$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.80$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีเชาวน์อารมณ์ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 1.2

สมมติฐานที่ 1.3 เชาวน์อารมณ์ของพนักงานด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.9

แสดงการเปรียบเทียบเชาวน์อารมณ์ของพนักงานด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองก่อนและหลังฝึกอบรม

เชาวน์อารมณ์ของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.90	-.124	.376	-3.186	.002*
หลังอบรม	4.03				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.9 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองพบว่า เชาวน์อารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองของพนักงานก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพนักงานมีเชาวน์อารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองภายหลังเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=4.03$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.90$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีเชาวน์อารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 1.3

สมมติฐานที่ 1.4 เซาว์นอารมณ์ของพนักงานด้านการเห็นอกเห็นใจหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.10

แสดงการเปรียบเทียบเซาว์นอารมณ์ของพนักงานด้านการเห็นอกเห็นใจก่อนและหลังฝึกอบรม

เซาว์นอารมณ์ของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.59	-.201	.410	-4.731	.000*
หลังอบรม	3.79				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.10 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในด้านการเห็นอกเห็นใจพบว่า เซาว์นอารมณ์ด้านการเห็นอกเห็นใจของพนักงานก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพนักงานมีเซาว์นอารมณ์ด้านการเห็นอกเห็นใจภายหลังเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.79$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.59$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีเซาว์นอารมณ์ด้านการเห็นอกเห็นใจเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 1.4

สมมติฐานที่ 1.5 เซาว์นอารมณ์ของพนักงานด้านทักษะทางสังคมหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.11

แสดงการเปรียบเทียบเซาว์นอารมณ์ของพนักงานด้านทักษะทางสังคมก่อนและหลังฝึกอบรม

เซาว์นอารมณ์ของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.42	-.272	.401	-6.529	.000*
หลังอบรม	3.70				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.11 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในด้านทักษะทางสังคมพบว่า เชาว์น อารมณ์ด้านทักษะทางสังคมของพนักงานก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ โดยพนักงานมีเชาว์นอารมณ์ด้านทักษะทางสังคมภายหลังจากเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.70$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.42$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีเชาว์น อารมณ์ด้านทักษะทางสังคมเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับ สมมติฐานที่ 1.5

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการโดยรวมของพนักงานหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.12

แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานก่อนและหลังฝึกอบรม

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.68	-.383	.301	-12.270	.000*
หลังอบรม	4.06				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในเรื่องคุณภาพการให้บริการของ พนักงานเมื่อผ่านการอบรมไปแล้ว 2 สัปดาห์ ประเมินโดยหัวหน้างานพบว่า หัวหน้างานประเมิน คุณภาพการให้บริการโดยรวมของพนักงานก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ โดยคุณภาพการให้บริการของพนักงานภายหลังจากเข้ารับการอบรม ($\bar{X}= 4.06$) มากกว่า ก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.68$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมี คุณภาพการให้บริการโดยรวมเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับ สมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2.1 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านรูปธรรมที่ปรากฏหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.13

แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านรูปธรรมที่ปรากฏก่อนและหลังฝึกอบรม

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.59	-.444	.404	-10.588	.000*
หลังอบรม	4.03				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในเรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านรูปธรรมที่ปรากฏ พบว่า หัวหน้างานประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ภายหลังจากการอบรม ($\bar{X}=4.03$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.59$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีคุณภาพการให้บริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏ เพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 2.1

สมมติฐานที่ 2.2 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านความน่าเชื่อถือของบริการหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.14

แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านความน่าเชื่อถือของบริการ
ก่อนและหลังฝึกอบรม

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.74	-4.36	.478	-8.793	.000*
หลังอบรม	4.18				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในเรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านความน่าเชื่อถือของบริการ พบว่า หัวหน้างานประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านความน่าเชื่อถือของบริการก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านความน่าเชื่อถือของบริการภายหลังเข้ารับการอบรม ($\bar{X} = 4.18$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X} = 3.74$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือของบริการเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 2.2

สมมติฐานที่ 2.3 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ
หลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.15

แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ
ก่อนและหลังฝึกอบรม

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.81	-.366	.428	-8.246	.000*
หลังอบรม	4.17				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในเรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า หัวหน้างานประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการภายหลังเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=4.17$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.81$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 2.3

สมมติฐานที่ 2.4 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ
หลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.16

แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ
ก่อนและหลังฝึกอบรม

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.59	-.347	.332	-10.079	.000*
หลังอบรม	3.94				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในเรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ พบว่า หัวหน้างานประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ภายหลังจากเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.94$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.59$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 2.4

สมมติฐานที่ 2.5 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ
หลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม

ตารางที่ 4.17

แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ
ก่อนและหลังฝึกอบรม

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	\bar{x}	\bar{d}	S_d	t-test	Sig.
ก่อนอบรม	3.67	-.323	.388	-8.026	.000*
หลังอบรม	3.99				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 ผู้วิจัยได้วิจัยด้วยการทดสอบค่าที (Dependent samples t - test) เพื่อเปรียบเทียบการวัดผลก่อนอบรมและการวัดผลหลังอบรมในเรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการพบว่า หัวหน้างานประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการก่อนอบรมและหลังอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการภายหลังเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.99$) มากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ($\bar{X}=3.67$)

สรุปว่าผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร การสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการมีคุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้ารับการอบรม ดังนั้นผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 2.5

สมมติฐานที่ 3 เซวน์อารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

ตารางที่ 4.18

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเขาวนั้ อารมณั้ และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

(ก่อนการฝึกอบรม)

ความสัมพันธ์	รูปธรรม ที่ ปรากฏ	ความ น่าเชื่อถือ ของบริการ	การ ตอบสนอง ต่อ ผู้รับบริการ	การให้ ความมั่นใจ แก่ผู้รับบริการ	การรู้จักและ เข้าใจ ผู้รับบริการ	การให้ บริการ โดยรวม
การตระหนักรู้ในตนเอง	.180	.262*	.152	.155	.306*	.235*
การจัดระเบียบอารมณ์ ของตนเอง	.242*	.290*	.176	.239*	.333*	.283*
การสร้างแรงจูงใจ ให้ตนเอง	.149	.178	.129	.090	.240*	.176
การเห็นอกเห็นใจ	.034	.119	.040	.056	.196	.101
ทักษะทางสังคม	.211*	.285*	.213*	.160	.333*	.268*
เขาวนั้ อารมณั้ โดยรวม	.186	.256*	.161	.159	.317*	.240*

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่าองค์ประกอบของเขาวนั้ อารมณั้ ด้านการตระหนักรู้ในตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($r = .262$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .306$) และคุณภาพการให้บริการโดยรวม ($r = .235$) อย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนองค์ประกอบของเขาวนั้ อารมณั้ ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ($r = .242$) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($r = .290$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($r = .239$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .333$) และคุณภาพการให้บริการโดยรวม ($r = .283$) อย่างมีนัยสำคัญ

องค์ประกอบของเขาวนั้ อารมณั้ ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .240$) อย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนองค์ประกอบของเขาวนั้ อารมณั้ ด้านการเห็นอกเห็นใจไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

องค์ประกอบของเขาวน้อารมณื่อด้านทักษะทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ($r = .211$) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($r = .285$) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($r = .213$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .333$) และคุณภาพการให้บริการโดยรวม ($r = .268$) อย่างมีนัยสำคัญ

องค์ประกอบของเขาวน้อารมณ็โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($r = .256$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .317$) และคุณภาพการให้บริการโดยรวม ($r = .240$) อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.19

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเขาวน้อารมณ็และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน
(หลังการฝึกอบรม)

ความสัมพันธ์	รูปธรรม ที่ ปรากฏ	ความ น่าเชื่อถือ ของบริการ	การ ตอบสนอง ต่อ ผู้รับบริการ	การให้ ความมั่นใจ แก่ผู้รับบริการ	การรู้จักและ เข้าใจ ผู้รับบริการ	การ ให้บริการ โดยรวม
การตระหนักรู้ในตนเอง	.368*	.304*	.300*	.192	.265*	.317*
การจัดระเบียบอารมณ์ ของตนเอง	.180	.181	.135	.137	.201	.185
การสร้างแรงจูงใจ ให้ตนเอง	.323*	.211*	.188	.184	.236*	.252*
การเห็นอกเห็นใจ	.293*	.282*	.215*	.177	.232*	.266*
ทักษะทางสังคม	.364*	.304*	.230*	.229*	.290*	.314*
เขาวน้อารมณ็โดยรวม	.342*	.286*	.239*	.205*	.273*	.298*

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่าองค์ประกอบของเขาวน้อารมณ็ด้านการตระหนักรู้ในตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ($r = .368$) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($r = .304$) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($r = .300$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .265$) และคุณภาพการให้บริการโดยรวม ($r = .317$) อย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนองค์ประกอบของเขาวงกตด้านอารมณ์ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

องค์ประกอบของเขาวงกตด้านอารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ($r = .323$) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($r = .211$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .236$) และคุณภาพการให้บริการโดยรวม ($r = .252$) อย่างมีนัยสำคัญ

องค์ประกอบของเขาวงกตด้านอารมณ์ด้านการเห็นอกเห็นใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ($r = .293$) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($r = .282$) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($r = .215$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .232$) และคุณภาพการให้บริการโดยรวม ($r = .266$) อย่างมีนัยสำคัญ

องค์ประกอบของเขาวงกตด้านทักษะทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ($r = .364$) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($r = .304$) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($r = .230$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($r = .229$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .290$) และคุณภาพการให้บริการโดยรวม ($r = .314$) อย่างมีนัยสำคัญ

องค์ประกอบของเขาวงกตด้านอารมณ์โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ($r = .342$) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ($r = .286$) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($r = .239$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($r = .205$) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($r = .273$) อย่างมีนัยสำคัญ

สรุปว่าองค์ประกอบของเขาวงกตด้านอารมณ์โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการโดยรวม ($r = .298$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ที่ว่าเขาวงกตด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของฉัตรฤดี สุกปลั่ง (2543) ที่พบว่าองค์ประกอบของเขาวงกตด้านทักษะทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพของการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ และคุณภาพของการให้บริการโดยรวม และสอดคล้องกับผลการวิจัยของอภิรดี ปราสาททรัพย์ (2545) ที่พบว่าองค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยองค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ด้านการสร้างแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ด้านความเชื่อถือ

ได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ และคุณภาพการให้บริการโดยรวม

ตารางที่ 4.20

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 เชาวน์อารมณ์โดยรวมของพนักงานหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เชาวน์อารมณ์ของพนักงานด้านการตระหนักรู้ในตนเองหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.2 เชาวน์อารมณ์ของพนักงานด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเองหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.3 เชาวน์อารมณ์ของพนักงานด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.4 เชาวน์อารมณ์ของพนักงานด้านการเห็นอกเห็นใจหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.5 เชาวน์อารมณ์ของพนักงานด้านทักษะทางสังคมหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการโดยรวมของพนักงานหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 2.1 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านรูปธรรมที่ปรากฏหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 2.2 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านความน่าเชื่อถือของบริการหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 2.3 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 2.4 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
สมมติฐานย่อยที่ 2.5 คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 เซวน์อารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน	ยอมรับสมมติฐาน