

การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการ
จากบริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
พรพิมล คงฉิม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว
กุมภาพันธ์ 2554

การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการ
จากบริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
พรพิมล คงฉิม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว

กุมภาพันธ์ 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการ
จากบริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัด

บทคัดย่อ
ของ
พรพิมล คงฉิม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว
กุมภาพันธ์ 2554

พรพิมล คงนิม. (2552). การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการ จากบริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัด. สารนิพนธ์ กศ.ม.(จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.มณฑิรา จารุเพ็ง.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัดตามตัวแปรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประเภทของเรื่องที่เข้ารับบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ารับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด จำนวน 150 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) และทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ลูกค้าที่ได้รับบริการ มีความพึงพอใจต่อการบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัดโดยรวมอยู่ในระดับสูง
2. ลูกค้าที่ได้รับบริการ มีความต้องการต่อการให้บริการบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัดโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก
3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด พบว่า

3.1 ด้านอายุ พบว่า ผู้รับบริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านดูแลเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.2 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้รับบริการที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการและด้านความเอาใจใส่ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 ด้านระยะเวลาในการทำงาน พบว่า ผู้รับบริการที่มีระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความเอาใจใส่ และด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.4 ด้านระดับรายได้ พบว่า ผู้รับบริการที่มีระดับรายได้แตกต่างกันโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความเอาใจใส่ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การเปรียบเทียบความต้องการของผู้รับบริการต่อการให้บริการจากบริษัท เอ็ม.เอส.อี - ดีแมก (ที) จำกัด พบว่า

4.1 ด้านอายุ พบว่า ผู้รับบริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ด้านระดับรายได้ พบว่า ผู้รับบริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีความต้องการต่อการให้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ พบความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

THE STUDY OF CUSTOMER'S SATISFACTION AND NEEDS TOWARD SERVICES
OF MHE- Demag (T) COMPANY LIMITED

AN ABSTRACT
BY
PHORNPIMON KHONGCHIM

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Guidance and Counseling Psychology
at Srinakharinwirot University

February 2011

Phornpimon Khongchim. (2009). *The Study of Customer's Satisfaction and Needs Toward Services of MHE- Demag (T) Company Limited*
Bangkok. Master Project M.Ed. (Educational Psychology). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Project:
Inst. Dr. Monthira Charupeng

The purposes of this research were to Study of Customer's Satisfaction and Needs Toward Services of MHE- Demag (T) Company Limited. The purposes were classified by gender, age, education, experience, position, income.

The samples of this study were 150 customers of *the* MHE-Demag (T) Co.,Ltd. The samples were collected from the customers of *the* MHE-Demag (T) Co.,Ltd

The instrument of this study is a questionnaire. The data were analyzed by t-test, one-way analysis of variance, and Scheffe procedure

The results were as follows:

1. The satisfaction of customers with the Service Of MHE-Demag (T) Co.,Ltd were rated at the high level.

2. The needs of customers with the Service Of MHE-Demag (T) Co.,Ltd at the rated were highest level.

3. The customer satisfaction comparisons were elaborated as follows:

Age – The sample customers were found to have different satisfaction level with the service of MHE-Demag (T) co.,ltd *in* significantly different at the 0.5 level. In context, the service providers were found to have significantly different at the 0.1 level. The understanding and the creditbility , Tangibles service were found to have significantly different at the 0.5 level.

Education - the sample customers with different educational level was not found to have significantly different satisfaction level. In context, the service providers were found to have significantly different at the 0.5 level. The understanding and the creditbility service were found to have significantly different at the 0.5 level.

Experience - The sample customers were found to have different satisfaction level with the service of MHE-Demag (T) co.,ltd *in* significantly different at the 0.5 level . In context, the service providers were found to have significantly different at the 0.1 level. The understanding and the reliability service were found to have significantly different at the 0.5 level.

Gender Position and Income - the sample with different income was not found to have significantly different service satisfaction level.

1. The customer service needs comparisons were elaborated as follows:

Age - the sample with different ages was not found to have significantly different service need. In context, the service providers were found to have significantly different at the 0.5 level. The creditability service were found to have significantly different at the 0.5 level.

Income - The sample customers were found to have different income level with the service of MHE-Demag (T) co.,ltd *in* significantly different at the 0.05 level. In context, the responsiveness service was found to have significantly different at the 0.5 level and the creditability service were found to have significantly different at the 0.1 level.

Gender Position and Experience – the Sample with difference was not found to have significantly different service need level.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จด้วยความกรุณาของ อาจารย์ ดร. มณฑิรา จารุเพ็ง อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ให้แนวคิด ข้อเสนอแนะ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ด้วยความกรุณา จนกระทั่งสารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วง เรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์ อาจารย์ ดร.สกลวรเจริญศรี และ นายชาติรี ปรีชาชีวะวัฒน์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือใน การศึกษาวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ นายชาติรี ปรีชาชีวะวัฒน์ ผู้จัดการทั่วไป แผนกบริการ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือ และสนับสนุนในการทำการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และญาติพี่น้อง ที่คอยเป็นกำลังใจ และให้การช่วยเหลือด้วยดีเสมอมาตลอดการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ ทีมงาน บริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด และลูกค้าทุกท่าน ที่ได้อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ใน สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว รุ่นปีการศึกษา 2550 ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือ และให้กำลังใจกันมาโดยตลอด

ท้ายที่สุดนี้ คุณค่าของสารนิพนธ์ฉบับนี้ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดามารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

พรพิมล คงฉิม

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	3
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	7
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการ.....	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการได้รับบริการ.....	11
ความหมายของความต้องการ.....	17
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ.....	19
ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการ....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
ข้อมูลของบริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด.....	27
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	29
แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	29
วิธีการสร้างเครื่องมือ.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	55
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	55
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	55
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	55
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า.....	60
ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	69
ภาคผนวก ก.....	70
ภาคผนวก ข.....	72
ภาคผนวก ค.....	78
ภาคผนวก ง.....	88
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	91

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี. – ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตามอายุ.....	48
17 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี. – ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตามอายุ.....	49
18 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี. – ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
19 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี. – ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	51
20 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี. – ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตามตำแหน่งงาน.....	52
21 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี. – ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตามตำแหน่งงาน.....	52
22 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี. – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามระดับรายได้.....	53
23 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช. อี. - ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ด้านความเอาใจใส่เป็นรายคู่จำแนกตามระดับรายได้.....	53

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ผลของปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในงาน.....	13
2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ.....	15
3 กระบวนการให้บริการ.....	16
4 แสดงลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์.....	20

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ประเทศไทยได้ก้าวสู่กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและสภาพสังคมแปรเปลี่ยนตามไปด้วย การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดโอกาสสำหรับการประกอบธุรกิจมากมายหลายประเภท รวมทั้งทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันในวงการธุรกิจปัจจุบันอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือไม่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าใดๆ ก็ตามหันมาให้ความสนใจแข่งขันกันในด้านบริการลูกค้าเพิ่มขึ้น โดยมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยใช้เทคนิคทางการขาย การตลาด วิศวกรรม และการบริการหลังการขายที่แตกต่างกันเพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ (ธงชัย สนธิวงษ์. 2532: 20) เป้าหมายสูงสุดของการให้บริการก็คือ การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าชอบใจและกลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่องกิจการด้านการบริการจะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในการดำเนินงานอย่างราบรื่น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เล็กที่สุดจนกระทั่งอุตสาหกรรมใหญ่ก็ตามย่อมมีองค์ประกอบของเป้าหมายของการขายและบริการ เพื่อแพร่ฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้น ทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ ด้วยเหตุนี้ผู้รับบริการจึงเป็นปัจจัยอย่างยิ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจบริการ การประกอบธุรกิจบริการจะประสบความสำเร็จได้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจผู้รับบริการเพราะกุญแจสู่ความสำเร็จในงานบริการก็คือ ความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อการบริการ การที่ลูกค้าได้รับบริการตามความต้องการ สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (MHE Demag.2550: 1-5)

อุตสาหกรรมการผลิตของไทยที่เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดโรงงานขึ้นมากมาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ พิจารณาได้จากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2549 – 2550 ในปัจจุบันได้มีการแบ่งสาขาของอุตสาหกรรมไว้เป็นแต่ละสาขาดังนี้ 1) เครื่องใช้ไฟฟ้า 2) ผลิตภัณฑ์พลาสติก 3) รองเท้าและผลิตภัณฑ์หนัง 4) อาหาร 5) ไม้และเครื่องเรือน 6) เคมีภัณฑ์ 7) ปิโตรเคมี 8) เหล็กและเหล็กกล้า 9) ยานยนต์ 10) ผลิตภัณฑ์ยาง 11) เยื่อกระดาษและสิ่งพิมพ์ 12) ยา 13) สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 14) ปูนซีเมนต์ 15) ผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ 16) อัญมณีและเครื่องประดับซึ่งในแต่ละประเภทของอุตสาหกรรมทั้งหมดต้องมีกระบวนการผลิตที่อาศัยเครื่องจักรที่มีความพร้อม สมบูรณ์แบบ ทั้งเครื่องจักรกลหนัก และระบบเคลื่อนย้าย ยกวัตถุ สิ่งของ จากอีกกระบวนการหนึ่ง ไปอีกขั้นตอนหนึ่ง โดยไม่ได้อาศัยแรงคน แต่

เป็นระบบเครื่องกล หรือเรียกว่า ปันจัน (Overhead Crane) ซึ่งทุกโรงงานส่วนใหญ่จะมีการติดตั้งเครนไว้เพื่อใช้งานอย่างปลอดภัย (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.2550:15)

บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด เป็นผู้ดำเนินการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้าโดยอาศัยคุณภาพและการบริการที่ดี ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นชื่อเดียวกับบริษัท คือ MHE Demag จากประเทศเยอรมันแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย และยังให้บริการครอบคลุมพื้นที่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มุ่งนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงและหลากหลายเพื่อครอบคลุมการใช้เครนทุกรูปแบบ ทุกขนาด สำหรับทุกอุตสาหกรรม โดยคงไว้ซึ่งธุรกิจหลัก 4 ประการ แก่ เครนไฟฟ้า รอกไฟฟ้า และอุปกรณ์ขับเคลื่อนอุปกรณ์จัดเก็บขนถ่าย อุปกรณ์ทำความสะอาดในงานอุตสาหกรรม และการพาณิชย์ระบบขนถ่ายในงานอุตสาหกรรม งานขนถ่ายที่สนามบิน งานจัดเก็บสินค้าในอาคารสูง และสินค้าทางอุตสาหกรรม บริการซ่อมบำรุงในเชิงป้องกันเป็นการบำรุงรักษาในเชิงป้องกัน เป็นการบำรุงรักษาตามใบรายงานที่เป็นมาตรฐานการตรวจสอบ ที่ถูกกำหนดตามเครื่องมือของอุปกรณ์นั้นๆอย่างครบวงจรถูกต้องตามกฎหมายรับรองความปลอดภัยโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าเป็นเป้าหมายให้ความสำคัญต่อการบริการหลังการขายเพราะมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านปัจจุบันมีโรงงานมากกว่า 15,000 ราย ได้ทำสัญญาที่จะรับบริการตรวจเช็ค ซ่อมบำรุงรักษาเครนไฟฟ้า รอกไฟฟ้า และอุปกรณ์ขับเคลื่อน รวมทั้งรถไฟฟ้า (Flokliift) พร้อมทั้งจัดจำหน่ายเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพสูง(MHE Demag.2550:1-5)

เนื่องจากปัจจุบันทางบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด ได้นำหลักการของระบบมาตรฐานงาน iso 9000 เป็นมาตรฐานสากลสำหรับระบบคุณภาพอันเกี่ยวกับการ จัดการด้านคุณภาพ และการประกันคุณภาพ โดยเน้น ความพึงพอใจของลูกค้า(Customer Satisfaction) เป็นสำคัญ มาตรฐานงานคุณภาพ จัดทำขึ้นโดยองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน(International Organization for Standardization) ซึ่งเป็นระบบคุณภาพที่ใช้ได้ทั่วไปไม่ว่าจะเป็นธุรกิจอุตสาหกรรม การผลิตหรือการบริการ โดยไม่คำนึงถึงขนาดเทคโนโลยี หรือความ ซับซ้อนขององค์การโดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญซึ่งย่อมาก่อนให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าก็คือความหมายของคุณภาพ การควบคุมกระบวนการให้ดีเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในสินค้าหรือการบริการนั้น โดยหลักการก็คือการจัดทำระบบที่ทำให้เชื่อมั่นได้ว่า กระบวนการต่างๆได้รับการควบคุมโดยมีเอกสารระบบขั้นตอนวิธีการทำงานเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าหน่วยงานรู้หน้าที่ความรับผิดชอบของตนอีกทั้งขั้นตอนต่างๆในการปฏิบัติงาน หน่วยงานและบุคลากรจะต้องได้รับการอบรมเพื่อให้มีทักษะในการปฏิบัติงานมีการบันทึกข้อมูลและตรวจสอบว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตามที่ระบุไว้ มีการแก้ไขข้อผิดพลาด รวมทั้งมีการป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดซ้ำขึ้นอีก (ประวัติ ความเป็นมามาตรฐาน ISO (2008) (online)รวมทั้งการสร้างระบบของการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา อีกทั้งจากการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยพบว่าการศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้านั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนตัว (Personal Factor) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงานที่แตกต่างกันจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการรับบริการที่

แตกต่างกัน (กมลมาศ กำจรกิจการ.2547:10) และเกณฑ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งเป็นปัจจัยด้านการให้บริการแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความน่าด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการบริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านรูปลักษณะองค์กรและผู้ให้บริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จากปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว สรุปได้ว่า มนุษย์มีความพึงพอใจและความต้องการที่แตกต่างกันออกไป และเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด อีกทั้งลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และลักษณะนิสัยของแต่ละบุคคล ล้วนมีความแตกต่างกันมาก จึงมีความละเอียดอ่อนมาก เนื่องจากเป็นความรู้สึกด้านจิตใจ ถ้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจสูงสุดต่อการบริการ จึงควรจำเป็นต้องเข้าใจ และคำนึงถึงความสำคัญของเรื่องดังกล่าวให้มากและพยายามสนองความต้องการลูกค้าอย่างดีที่สุด (บุษบง กุญแจนาค. 2545: 24)

ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการที่จะทำการศึกษาวิจัย ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด เพื่อที่จะนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาการให้กระบวนการให้บริการให้มีมาตรฐานและสร้างความพึงพอใจที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดและเพื่อเป็นการพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด โดยรวมอีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อีดีแมก (ที) จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ต่อเดือน

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์และได้รับบริการ ตรวจสอบเช็คซ่อมบำรุงทั้งแบบเป็นรายครั้งและทำสัญญารายปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 150 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 ระดับการศึกษา
- 1.4 ตำแหน่งงาน
- 1.5 รายได้ต่อเดือน

ตัวแปรตาม

คือ ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี.-ดีแมก (ที) จำกัด

นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.-ดีแมก (ที) จำกัด หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องกล ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อสนองความต้องการของผู้รับบริการ ประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่

1.1 ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.-ดีแมก (ที) จำกัด ได้แก่ การดำเนินการบริการภายในเวลาที่ตกลง ทำตามความต้องการของผู้รับบริการโดยถูกต้องครบถ้วน การออกเอกสารโดยไม่มีผิดพลาดเคลื่อนหรือตกหล่น การแก้ไขสิ่งที่ผิดพลาดให้ถูกต้องได้ในครั้งแรก

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี. ดีแมก (ที) จำกัด ได้แก่ ความสามารถในการตอบคำถาม ความสามารถตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ การปกป้องผลประโยชน์ของผู้รับบริการ ความสุภาพและความน่าพอใจ

1.3 ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.-ดีแมก (ที) จำกัด ได้แก่ สิ่งสัมผัสได้ เครื่องมืออุปกรณ์ อาคารของธุรกิจบริการ แบบฟอร์มต่างๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน

1.4 ด้านความเอาใจใส่ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.-ดีแมก (ที) จำกัด ได้แก่ การดูแลเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งใจ เข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้า การนัดหมายโดยคำนึงถึงความสะดวกของผู้รับบริการ การอธิบายศัพท์เฉพาะทางให้เข้าใจง่าย ความสามารถในการจดจำชื่อลูกค้าประจำ

1.5 ด้านความรวดเร็ว หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด ได้แก่ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือ การดำเนินการแก้ปัญหาโดยรวดเร็ว

2. ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด หมายถึงความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการในลักษณะเป็นความคาดหวังที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่ การบริการราคาถูก การบริการโดยผู้เชี่ยวชาญหรือชำนาญการ การบริการตลอด 24 ชั่วโมง การบริการที่ถูกต้องเที่ยงตรง การบริการที่น่าเชื่อถือ การบริการที่เต็มไปด้วยความรับผิดชอบ

3. การบริการ หมายถึง การแสดงหรือการกระทำใดๆ ที่หน่วยงานหนึ่งสามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่มีผลต่อการเป็นเจ้าของในสิ่งใดๆ โดยอาจจะหรือไม่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพก็ได้ ที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น ได้แก่ การบริการดูแลรักษา และซ่อมบำรุง สินค้าหลังการขาย ซึ่งผู้ขายสินค้าอาจจะมีบริการเป็นช่วงระยะเวลา 3 เดือน 6 เดือน และ 12 เดือน หรือเป็นรายเดือนแล้วแต่กรณี

4. ระดับคุณภาพการบริการ หมายถึง การซื้อสินค้าบริการแต่ละครั้งลูกค้ามักจะไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าบริการได้อย่างแท้จริง ดังนั้นลูกค้ามักจะใช้ เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ 5 ข้อหลักดังนี้

4.1 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลา ได้แก่ ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ บริการตรงตามความต้องการของลูกค้าควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า

4.2 การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ ได้แก่ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ มีความสุภาพอ่อนน้อม มีความรู้ในงานที่ให้บริการ

4.3 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการเพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ ได้แก่ การให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

4.4 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) การจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขาย และหลังการขาย ได้แก่ การให้ความสนใจลูกค้าเป็นส่วนตัว การให้บริการอย่างเอาใจใส่ การถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

4.5 รูปลักษณ์ (Tangibles) ความมีรูปลักษณ์ขององค์กรและผู้ให้บริการ ได้แก่ การใช้ที่อุปกรณ์ทันสมัยเทคโนโลยีสูง ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ ความสะอาดที่ให้บริการทั้งองค์กร และผู้ให้บริการ

5. เพศ หมายถึง เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชาย และ เพศหญิง

6. อายุ หมายถึง อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนับอายุเต็มปฏิทินจนถึงปีที่ตอบแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 4 ช่วงได้แก่ ต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี อายุ 40 ปีขึ้นไป

7. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาของลูกค้ำที่เป็นระดับการศึกษาสูงสุดและระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่แบ่งเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ อนุปริญญา /ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

8. ตำแหน่งงาน หมายถึง ตำแหน่งงานของลูกค้ำที่ได้รับแต่งตั้งจากสถานประกอบการ ได้แก่ ระดับพนักงาน ระดับหัวหน้างาน

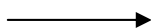
9. บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด หมายถึง เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างกลุ่มบริษัทเจ็บบี แอนด์ เจสเซน และ ดีแมก เครน แอนด์ คอมพอนนท์ แห่งเยอรมัน ดำเนินธุรกิจโดยเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า เครนเหนือศีรษะ(Overhead Crane) รอก (Hoist) ลิฟต์ขนส่งสินค้า (Elevator) แท่นประตัก (platform) รถยกไฟฟ้า (Forklift) รถยกมือลาก (Hand Palet) รวมทั้งการบริการตรวจเช็ค ซ่อมบำรุง แก้ไขปรับปรุงหลังการขาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด” มีกรอบแนวความคิดในการศึกษาดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล
1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. ตำแหน่งงาน
5. รายได้



ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด ในด้านต่าง ๆ ดังนี้
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ
2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ
3. ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่
5. ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

ลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ แตกต่างกันมีความพึงพอใจและความต้องการแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำกัด โดยแบ่งหัวข้อตามลำดับต่อไปนี้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการ
 - 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการให้บริการ
ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอรัลด์เบิร์ก
 - 1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
 - 1.4 วงจรของการให้บริการ
 - 1.5 เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการ
 - 1.6 ความหมายของความต้องการ
 - 1.7 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ
 - 1.7.1 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์
 - 1.7.2 ทฤษฎีการจูงใจ
 - 1.7.3 ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์
 - 1.7.4 ทฤษฎีแรงจูงใจของแมคคลีแลนด์
 - 1.8 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการ
 - 1.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 1.9.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 1.9.2 งานวิจัยต่างประเทศ
2. ข้อมูลของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำกัด

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

มีนักการศึกษาหลายท่านได้ศึกษาและให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ดังนี้
คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2543: 19-23)

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540: 98) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคน ๆ หนึ่ง สิ่งที่ขาดหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

สุพล (2540: 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นในลักษณะเชิงบวกของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการหรือได้รับสิ่งตอบแทนที่คาดหวังไว้

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540: 17) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคลซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใด ๆ นั้น

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545: 7) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาจจะเป็นไปได้ในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น เป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

อรรถพร (2546: 29) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

สายจิตร์ (2546: 14) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ คือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

พิทักษ์ ตรุษทิบ (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกริยา คือ เฉย ๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มีมากระตุ้น

สุเทพ พานิชพันธุ์ (2541: 23) ได้สรุปถึงสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ

2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบการกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย

3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล

4. ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) คือ ความสัมพันธ์ฉันท์มิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการอยู่ร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

หลุยส์ จาปาเทศ(2536:6) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุป่าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก

โอลิเวอร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 8-15: 19 - 20) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า

กู๊ด (Good .1973: 320) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงสภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจ หมายถึง สภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจซึ่งมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่

วรูม (Vroom. 1953: 328) กล่าวว่าทัศนคติความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถชี้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

ทิฟฟินและแมคโคมิก (อดุลย์ หิริรักษ์เสาวนีย์.2542: 31; อ้างอิงจาก Tiffin; & Mc.Comic 1965: 394) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์ และแรงจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วอลแมน (Wolman.1973: 384) ให้ความหมายว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (feeling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ(Want) หรือแรงจูงใจ (Motivations)

จากที่กล่าวมาข้างต้นแม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ต่างๆกันไปแต่พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในเชิงการประเมินค่าซึ่งจะเห็นว่าแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้ เกี่ยวข้องกับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือจากการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า (พรรณราย ทรัพย์ะประภา .2548. จิตวิทยาประยุกต์ในชีวิตและการทำงาน . หน้า 231-232) ลูกค้าย่อมยอมจะมีความพึงพอใจถ้าคุณค่าหรือประโยชน์ที่เขาได้รับจากสินค้าและบริการนั้นเท่ากันหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของเขา แต่ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวังของเขาแล้ว เขาก็ย่อมจะรู้สึกไม่พึงพอใจ

1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการได้รับบริการ

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริชเบอร์ก (Herzberg) Herzberg's Two – Factor Theory

ทฤษฎีเฮอริชเบอร์กเน้นอธิบายและให้ความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการได้แก่ตัวกระตุ้น (Motivators) และการบำรุงรักษา (Hygiene) สองปัจจัยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของงานเป็นอย่างยิ่ง เฮอริชเบอร์กได้ทำการศึกษาโดยสัมภาษณ์ความพอใจและไม่พอใจทำงานของนักบัญชีและวิศวกรจำนวน 200 คน ผลการศึกษาสรุปว่าความพอใจในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานของคนมีความแตกต่างกันคือคนที่บุคคลพอใจในงานไม่ได้หมายความว่าคนนั้นมีแรงจูงใจในงานเสมอไป แต่ถ้าคนใดมีแรงจูงใจในการทำงานแล้วคนนั้นจะตั้งใจทำงานให้เกิดผลดีได้ ผลการศึกษาจึงแสดงให้เห็นผลของปัจจัย 2 ตัว คือด้านตัวกระตุ้นและการบำรุงรักษาต่อเจตคติงานของบุคคล

1. ปัจจัยด้านตัวกระตุ้น (Motivator factors) เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ผลผลิตเพิ่มขึ้น ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงาน (Job satisfaction) ตัวกระตุ้นประกอบด้วยปัจจัย 6 ประการดังนี้

1.1 การสัมฤทธิ์ผล คือ พนักงานมีความรู้สึกว่าเขาทำงานได้สำเร็จ

1.2 การยอมรับนับถือจากผู้อื่น คือ พนักงานมีความรู้สึกว่าเขาเมื่อทำสำเร็จมีคนยอมรับ

เขา

1.3 ลักษณะงานที่น่าสนใจ คือ พนักงานรู้สึกว่างานที่ทำน่าสนใจ น่าทำ

1.4 ความรับผิดชอบ คือ พนักงานรู้สึกว่าเขาต้องรับผิดชอบตนเองและงานของเขา

1.5 โอกาสที่จะเจริญก้าวหน้า คือ พนักงานรู้สึกว่าเขามีความก้าวหน้าในงานที่ทำ

1.6 การเจริญเติบโต คือ พนักงานตระหนักว่าเขามีโอกาสที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมและมี

ความเชี่ยวชาญ

2. ปัจจัยด้านการบำรุงรักษา (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่ช่วยให้พนักงานยังคงทำงานอยู่และยังรักษาเขาไว้ไม่ให้ออกจากงานเมื่อไม่ได้จัดให้พนักงาน เขาจะไม่พอใจและไม่มีความสุขในการทำงานปัจจัยนี้ประกอบด้วย 10 ประการดังนี้

2.1 นโยบายและการบริหารคือ พนักงานรู้สึกว่าการจัดการมีสารที่ดีและเขาเข้าถึงนโยบายขององค์กรที่เขาอยู่

2.2 การนิเทศงานคือพนักงานรู้สึกว่าคุณบริหารตั้งใจสอนงานและให้งานตามหน้าที่
รับผิดชอบ

2.3 ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน คือ พนักงานรู้สึกดีต่อหัวหน้างานของเขา

2.4 ภาวะการทำงาน คือพนักงานรู้สึกดีต่องานที่ทำและสภาพการณ์ของที่ทำงาน

2.5 ค่าตอบแทนการทำงาน คือพนักงานรู้สึกว่าค่าตอบแทนเหมาะสม

2.6 ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน คือพนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อเพื่อน
ร่วมงาน

2.7 ชีวิตส่วนตัว คือพนักงานรู้สึกว่าชั่วโมงการทำงานไม่ได้กระทบต่อชีวิตส่วนตัว

2.8 ความสัมพันธ์กับลูกน้อง คือหัวหน้างานมีความรู้สึกที่ดีต่อลูกน้อง

2.9 สถานภาพ คือพนักงานรู้สึกว่างานเขามีตำแหน่งหน้าที่ดี

2.10 ความมั่นคง คือพนักงานรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในงานที่ทำอยู่

ปัจจัยบำรุงรักษาไม่ใช่สิ่งจูงใจที่จะทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น แต่เป็นข้อกำหนดที่ป้องกันไม่ให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในงานที่ทำ ถ้าไม่มีปัจจัยเหล่านี้แล้วอาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจแก่พนักงานได้ ซึ่งพนักงานอาจรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องหรือต่อรอง ผู้บริหารจึงมักจัดโครงการด้านผลประโยชน์พิเศษต่างๆเพื่อให้พนักงานพึงพอใจ เช่น การลาป่วย การลาพักร้อน และโครงการที่เกี่ยวกับสุขภาพและสวัสดิการของพนักงานทฤษฎีเนื้อหา (Content theories) ยังคงได้รับความนิยมในด้านการบริหาร เพราะง่ายต่อการเข้าใจและมีการเชื่อมโยงโดยตรงที่ชัดเจนจากความต้องการกับพฤติกรรม ในขณะที่เดียวกันก็ไม่มีทฤษฎีใดเชื่อมโยงโดยตรงกับพฤติกรรมจูงใจโดยผู้บริหาร ในทางตรงกันข้ามผู้บริหารมักจะมีการตีความผิดพลาดและไม่เหมาะสม โดยคิดว่าพวกเขา
รู้ถึงความต้องการของผู้ใต้บังคับบัญชา

Herzberg (กานดา จันท์แย้ม 2546: 64 – 65) ให้แนวคิดว่าระดับการจูงใจของบุคคลมาจากธรรมชาติของตัวงาน ไม่ได้มาจากรางวัลภายนอก หรือเงื่อนไขการทำงาน และแบ่งความต้องการของบุคคลออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) และปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) Herzberg ได้ทำการทดลองเพื่อสร้างทฤษฎีขึ้นมาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อค้นหาคำตอบว่าอะไรเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลชอบหรือไม่ชอบงาน และได้ข้อสรุปว่า

ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) เป็นปัจจัยที่จะทำให้คนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

1. ผลสำเร็จในการทำงาน
2. การยอมรับในผลงานที่สำเร็จนั้น
3. การทำงานด้วยตนเองอย่างอิสระ
4. ความรับผิดชอบ
5. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

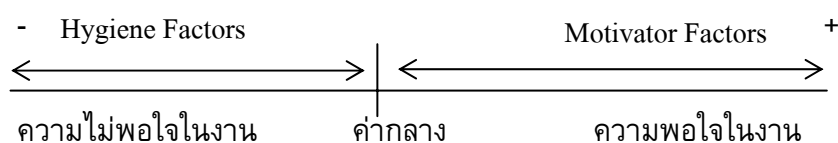
ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนทำงานพอใจที่จะทำงาน เป็นสิ่งจูงใจภายใน ความรู้สึกนึกคิดของตน ซึ่งเป็นสาเหตุอันเกิดจากสภาพแวดล้อม โดยไม่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบของงานเลย ได้แก่

1. นโยบายและการบริหารของบริษัท

- 1.1 การควบคุมดูแล
- 1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน
- 1.3 สภาพการทำงาน
- 1.4 เงินเดือน
- 1.5 ตำแหน่งการงาน
- 1.6 ความมั่นคงในการทำงาน

ปัจจัยทางด้านสุขอนามัยมิได้เป็นสิ่งจูงใจคนงาน แต่ถ้าขาดไปเมื่อใดหรือไม่มีปัจจัยนี้แล้ว ย่อมจะก่อให้เกิดความไม่พอใจแก่คนงานได้ ตัวอย่างที่เห็นอยู่เสมอ เช่น การนัดหยุดงานของโรงงาน หรือสถานประกอบการหลายแห่งที่มีปัญหาจากเรื่องเงินเป็นประการสำคัญ ส่วนมากมักจะเรียกร้องให้ขึ้นค่าจ้างแรงงาน ปัจจัยอนามัยในองค์การหรือสถานประกอบการที่เป็นทางการนั้น ได้แก่ การลาพัก ลาป่วย และโครงการเกี่ยวกับสวัสดิการและสุขภาพของพนักงาน ผู้บริหารบางคนมีความเชื่อว่า การมีโครงการดังกล่าวเป็นแต่เพียงสิ่งที่บำรุงรักษาเท่านั้น มิได้สร้างความพอใจให้เกิดขึ้นเสมอไป

ในทัศนคติของ Herzberg และผู้ร่วมงานของเขานั้น ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นย่อมจะเป็นปัจจัยจูงใจแต่ละบุคคล การขาดปัจจัยเหล่านี้มิได้เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่พอใจแก่พนักงานแต่อย่างใด อธิบายเป็นภาพได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 ผลของปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในงาน

ที่มา: Saal and Knight. 1995: 282

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่เรียกว่าเป็นปัจจัยสุขอนามัยนั้นไม่มีผลต่อความพึงพอใจในงานแต่จะมีผลกระทบต่อความไม่พอใจในงานที่ทำ ส่วนปัจจัยตัวกระตุ้นจะมีผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีของ Herzberg มีอิทธิพลและเป็นประเด็นสำคัญในการนำไปใช้ในการพัฒนางานให้มีความหมายมากขึ้นต่อบุคคล นำไปประยุกต์ในการพัฒนางาน เช่น การทำ Job Enrichment ในหลายๆ องค์กร

1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการได้รับบริการ

ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น 2 ความหมาย คือ

1.2.1 ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง มักพบใช้ในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์

1.2.2 ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้งกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

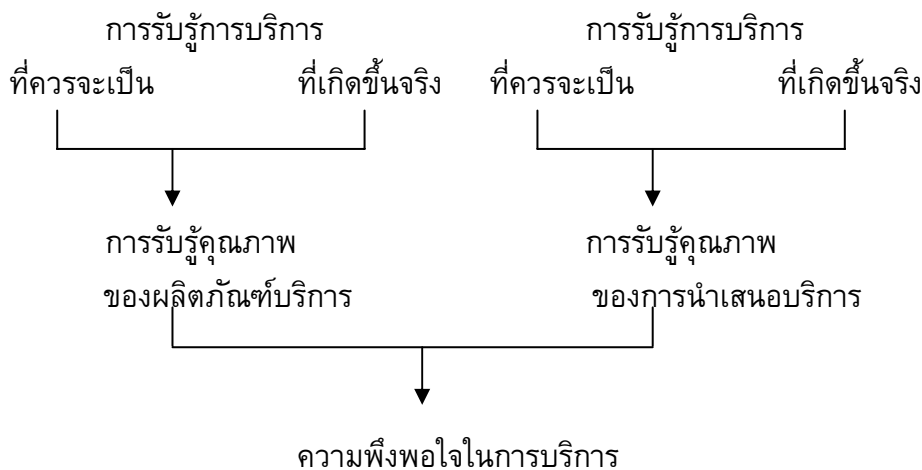
1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับ และสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการมี องค์ประกอบ 2 ประการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 8-15: 25-26) คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องพักที่จองไว้ ลูกค้าที่เข้าไปในภัตตาคารจะได้รับอาหารตามที่สั่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นบริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่อการใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ จะเห็นว่า ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะ

ของการบริการ และกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ก็ย่อมจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในบริการนั้น แต่หากเป็นไปในทางตรงกันข้าม สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้ที่คาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และการนำเสนอบริการได้ จึงสามารถแสดงเป็นภาพองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการได้ดังนี้



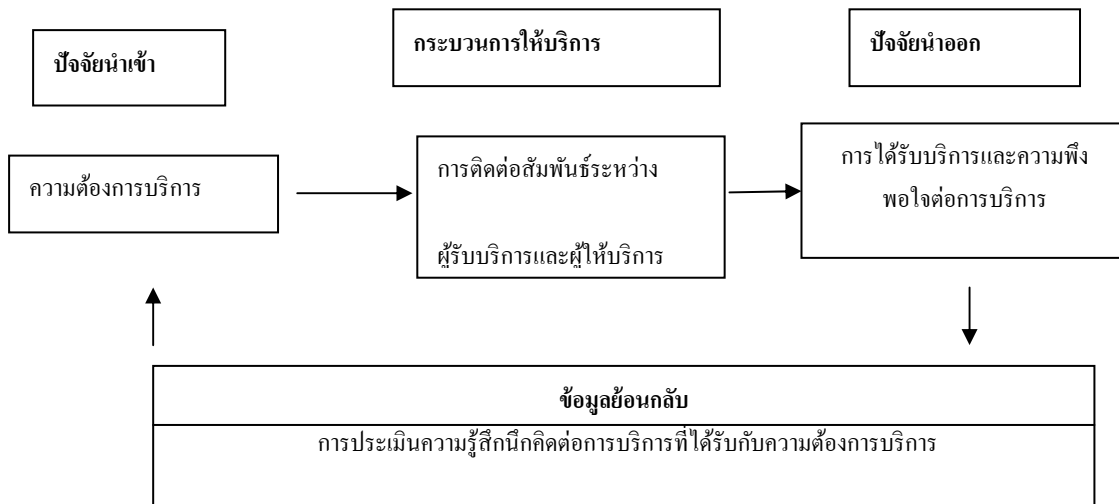
ภาพประกอบ 2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจในการบริการจำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไป ทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ให้บริการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 8-15,2545: 40-41)

1.4 วงจรของการให้บริการ

การบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนและองค์ประกอบเช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น โดยเริ่มจากผู้รับบริการมีความต้องการการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) และความต้องการนี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการแสวงหาบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้ ดังนั้นจึงเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ ในกรณีที่ผู้รับบริการจะแสดงความต้องการออกมาเพื่อที่ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในอันที่จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) จนผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือลบก็ได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของ

ผู้รับบริการที่ถูกตอบสนองจะเป็นไปตามความคาดหวังได้มากน้อยเพียงใด (ข้อมูลย้อนกลับ) ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 1-7: 41-42)



ภาพประกอบ 3 กระบวนการให้บริการ

1.5 เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการ

โดยทั่วไปมักใช้เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการ ที่ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะที่ผู้รับบริการคาดหวัง หากองค์กรใดตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพของการบริการ เพื่อใช้เป็นแรงจูงใจให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและตั้งใจที่จะใช้บริการ จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย อีกทั้งมีการพัฒนากลยุทธ์ในการบริการตามแผนนโยบายการบริการที่วางไว้และคำนึงถึงคุณลักษณะดังกล่าว 10 ประการดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 1-7: 58)

1.5.1 ลักษณะของการบริการ (appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ เช่น การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่าง ๆ เอกสารสิ่งพิมพ์หรือสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

1.5.2 ความไว้วางใจ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

1.5.3 ความกระตือรือร้น (responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการทันทีทันใด

1.5.4 ความเชี่ยวชาญ (competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

1.5.5 ความมีอัธยาศัยนบน้อม (courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริ่งใจ มีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานที่จะต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ

1.5.6 ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ

1.5.7 ความปลอดภัย (security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยและปัญหาต่าง ๆ

1.5.8 การเข้าถึงบริการ (access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก

1.5.9 การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ

1.5.10. ความเข้าใจลูกค้า (understanding of customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

1.6 ความหมายของความต้องการ

ความต้องการ (Needs) นักจิตวิทยาถือว่าความต้องการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแรงขับและแรงจูงใจขึ้นภายในตัวบุคคล กล่าวคือ เมื่อใดบุคคลมีความต้องการเกิดขึ้นก็เนื่องมาจากร่างกายอยู่ในสภาวะของการแสวงหาบางสิ่งบางอย่างที่ขาดหายหรือสูญเสียไปจนทำให้เกิดแรงกระตุ้นร่างกายให้เกิดให้เกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา เพื่อตอบสนองสภาวะของร่างกายที่ขาดความสมดุลนั้นให้กลับสู่สภาวะปกติ เช่น เมื่อร่างกายอยู่ในภาวะของการขาดน้ำ จะเกิดแรงกระตุ้นทำให้ร่างกายเกิดความต้องการอาหาร เป็นต้น โดยทั่วไปแล้วความต้องการของมนุษย์แบ่งได้เป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1.6.1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ได้แก่ ความต้องการน้ำ อาหาร อากาศ การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ความต้องการเหล่านี้จะต้องอยู่ในสภาวะสมดุล มิฉะนั้นจะเกิดการแสวงหาเมื่อขาด หรือขจัดส่วนที่เกินความต้องการออกไปจากร่างกาย

1.6.2. ความต้องการทางจิตใจ (Psychological Needs) เป็นความต้องการที่บุคคลจะได้อาตมการตอบสนองจากคนอื่น ๆ ในสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ เช่น ต้องการความรัก ความอบอุ่น ความมั่นคง ความปลอดภัย ความต้องการการยอมรับจากสมาชิกอื่นในสังคม ต้องการความเคารพนับถือและความภาคภูมิใจ เป็นต้น

ความต้องการ หมายถึง ภาวะที่ขาดแคลนของบุคคลในสิ่งที่จำเป็นจริง เพื่อการดำรงชีวิตให้อยู่รอด เช่น คนเราโดยทั่วไปต้องการมีปัจจัย 4 อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และเพื่อการคงไว้ซึ่งพืชพันธุ์ของมนุษย์ที่เรียกว่า มีความต้องการทางเพศอีกด้วยเป็นส่วนใหญ่ ชนิดต่างๆของความต้องการ ตามหลักพัฒนาการมนุษย์ คนเราย่อมมีความต้องการ 4 อย่าง คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย
2. ความต้องการทางอารมณ์
3. ความต้องการทางสังคม
4. ความต้องการทางสติปัญญา

หรือตามแนวคิดของนักจิตวิทยา W.I. Thomas บอกว่า คนเรามีความปรารถนา 4 อย่างคือ

1. ปรารถนาที่จะได้รับความปลอดภัย (Wish for Security)
2. ปรารถนาที่จะได้รับประสบการณ์ใหม่ (Wish for New Experience)
3. ปรารถนาที่จะได้รับการตอบสนอง (Wish for Response)
4. ปรารถนาที่จะได้รับการจดจำ (Wish for Recognition)

โดยปกติมนุษย์เราต้องการอะไรมากมาย ความต้องการของมนุษย์เรามีท่วมท้นล้นฟ้าดิน แต่ถ้าจำกัดขอบเขตกันทางจิตวิทยาสรุปว่า คนเราต้องการใน 7 ประการคือ

1. อยากมีชีวิตยืนยาว (ไม่อยากตาย)
2. อยากร่ำรวยมั่งมี
3. อยากได้รับความปลอดภัยในสังคม ไม่มีใครเบียดเบียน
4. อยากเด่น อยากโก้เก๋ มีชื่อเสียง
5. อยากสบายกาย ไม่เจ็บ ไม่ป่วย
7. อยากหาความสนุกสนาน บันเทิง
8. อยากมีอิสระเสรีภาพ ไม่เป็นข้าใคร

หรืออีกแนวคิดหนึ่ง นักจิตวิทยาหลายท่านมีความเห็นว่า ความต้องการโดยทั่วไปของคนเรามี 9 ประการดังนี้

1. เสาะแสวงหาเพื่อน
2. ต้องการคุ้มครองคนอื่น
3. หาความรู้ความเข้าใจใหม่
4. หนีภัยอันตรายทั้งปวง
5. เป็นตัวของตัวเอง
6. อยากสบายใจ เป็นสุข
7. ให้คนอื่นช่วยเมื่อเดือดร้อน
8. พักผ่อนหลับนอน

9. ทำอะไรเล่นเพลินๆ ส่วนตัว

1.7 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ มีหลายทฤษฎีที่อธิบายความต้องการของบุคคล ทฤษฎีที่นำมากล่าว มี 4 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ มาสโลว์
2. ทฤษฎีความต้องการความสำเร็จของ แมคคลีแลนด์
3. ทฤษฎีความต้องการ เมอร์เรย์
4. ทฤษฎีความต้องการของ แอลเดอร์เฟอร์

1.7.1 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need) อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ตามลำดับขั้น ออกเป็น 5 ชั้น คือ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Need) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (Survival Need) ได้แก่ ความต้องการในเรื่องของอากาศ ความต้องการอาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ เป็นต้น

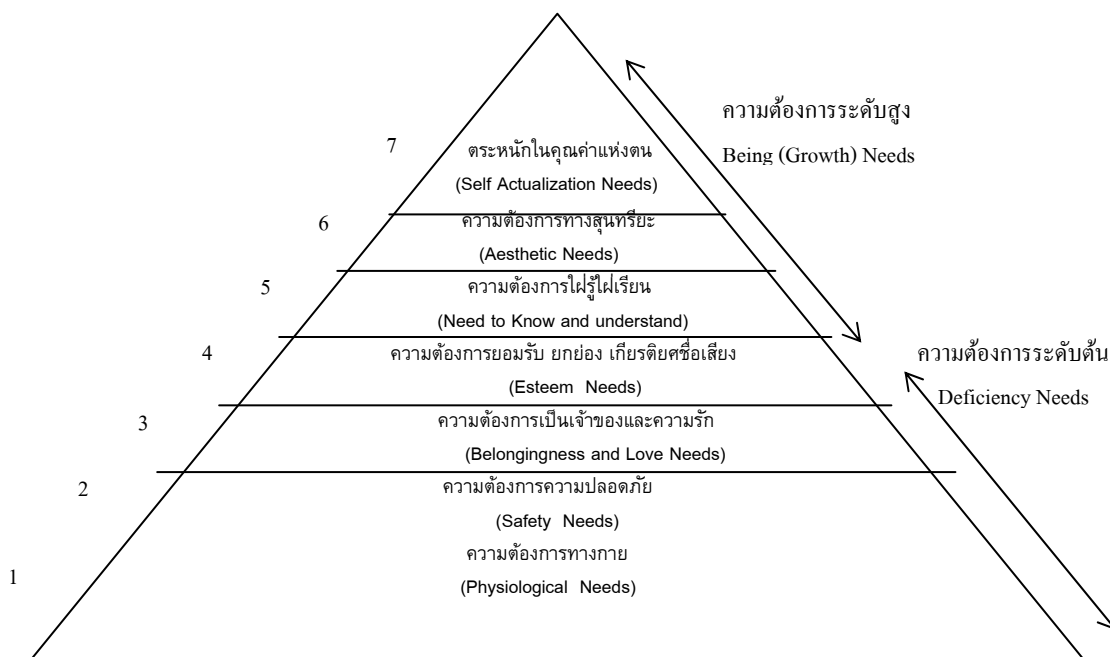
2. ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิต (Safety and Security Need) ได้แก่ ความต้องการอยู่อย่างมั่นคง และความปลอดภัยจากการถูกทำร้ายร่างกาย หรือถูกขโมยทรัพย์สิน หรือความมั่นคงในการทำงานและการมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคงในสังคม

3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ยอมรับในฐานะที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเหล่านั้นด้วย ความต้องการขั้นนี้เกิดจากธรรมชาติของความเป็นสัตว์สังคมที่ไม่ต้องการจะอยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง จึงเกิดการแสวงหาเพื่อให้ได้รับการตอบสนองทางด้านจิตใจ โดยพยายามจะสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับบุคคลทั้งหลาย เช่น การเอาใจใส่ ช่วยเหลือ ให้ความร่วมมือ ตอบแทน การแสดงความหวังใย

4. ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) ความต้องการดีเด่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่จะให้ได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่น ความต้องการด้านนี้เป็นความต้องการระดับสูงที่เกี่ยวกับความมั่นใจในตัวเองในเรื่องของความรู้ ความสามารถ และความสำเร็จของบุคคล

5. ความต้องการ การประสบความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Needs) ความต้องการในขั้นนี้มาสโลว์ถือว่าเป็นความต้องการขั้นสูงสุดที่ทุกคนปรารถนาและมีความต้องการที่จะไปให้ถึงเป็นขั้นสุดมคติของบุคคลที่ทุกคนใฝ่ฝัน ความต้องการในขั้นนี้ไม่ใช่เพื่อประโยชน์ของตนเอง แต่จะคำนึงถึงประโยชน์ที่สังคมจะได้รับตามอุดมคติที่ตนตั้งไว้ เพราะฉะนั้นบุคคลที่จะสามารถพัฒนาตนเองมาถึงขั้นนี้ได้จึงได้ชื่อว่าเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์แล้ว

มาสโลว์ (ปราณี งามสุต และจำรัส ด้วยสุวรรณ 2545: 214 – 215) ได้ศึกษาความต้องการของมนุษย์ โดยแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น ต่อมาได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมแล้วแบ่งชั้นสูงสุดของความต้องการให้ละเอียดออกไปอีก 1 ชั้น รวมเป็น 6 ชั้น และในการศึกษาช่วงสุดท้ายเขาได้แบ่งลำดับชั้นสูงสุดต่อไปอีก 1 ชั้น รวมทั้งหมดเป็น 7 ลำดับชั้น



ภาพประกอบ 4 แสดงลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

ภาพประกอบ 4 แสดงลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ บุคคลต้องได้รับการตอบสนองหรือเกิดความรู้สึกพอในความต้องการขั้นต้นก่อนจึงจะแสดงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการในระดับที่สูงขึ้น สำหรับ 4 ลำดับต้นเป็นความต้องการเพื่อสนองความรู้สึกขาด ส่วนความต้องการ 3 ลำดับที่สูงขึ้นไป (ลำดับที่ 5, 6, 7) เป็นความต้องการที่แสดงถึงการพัฒนาสูงสุดของความเป็นมนุษย์จากรูปกล่าวโดยสังเขปได้ดังนี้

ลำดับชั้นที่ 1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) คือ ความต้องการที่จะตอบสนองความหิว กระจาย ความเหนื่อย ความง่วง ความต้องการทางเพศ ความต้องการขับถ่าย ความต้องการหายใจ

ลำดับชั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) คือ ความต้องการการคุ้มครองปกป้องรักษา ความอบอุ่น ความรู้สึกที่ปราศจากอันตราย

ลำดับชั้นที่ 3 ความต้องการความเป็นเจ้าของและความรัก (belongingness and love needs) คือ ความอยากมีเพื่อน มีพวกพ้อง มีกลุ่ม มีครอบครัว มีคนรัก มีคนสัมพันธ์ใกล้ชิด

ลำดับขั้นที่ 4 ความต้องการเป็นที่ยอมรับยกย่อง และเกียรติยศชื่อเสียง (esteem needs) คือ ความอยากมีชื่อเสียง มีหน้ามีตา มีคนยกย่องเลื่อมใส มีความเต็งตัง ต้องการให้คนอื่นมีความรู้สึกที่ดีเกี่ยวกับตน

ลำดับขั้นที่ 5 ความต้องการใฝ่รู้ใฝ่เรียน (need to know and understand) เป็นความอยากรู้ อยากเข้าใจ อยากมีความสามารถ อยากมีประสบการณ์ ซึ่งนำไปสู่การประดิษฐ์ คิดค้น วิเคราะห์วิจัย เพื่อให้ได้คำตอบในเรื่องราวต่างๆ

ลำดับขั้นที่ 6 ความต้องการทางสุนทรีย์ (aesthetic needs) เป็นความต้องการเพื่อความดี ความงาม ความละเอียดอ่อนทางจิตใจ และคุณธรรม

ลำดับขั้นที่ 7 ความต้องการตระหนักในคุณค่าแห่งตน (Self – actualization needs) เป็นความต้องการเสริมเติมเต็มเพื่อความรู้สึกสำเร็จในชีวิต เพื่อใช้ศักยภาพสูงสุดของตน และเพื่อพัฒนาความรู้สึกในคุณค่าของตน บุคคลที่บรรลุถึงขั้นนี้มักเข้าถึงปรัชญาชีวิต ได้รับประสบการณ์สูงสุด (peak experience) บรรลุความเข้าใจในสภาพความเป็นจริงของชีวิต และตระหนักในชีวิตได้ด้วยตนเอง ซึ่งบางคนใช้คำว่า “เข้าถึงสัจธรรมแห่งชีวิต”

แม้ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์จะแบ่งเป็น 7 ลำดับขั้นตามการแบ่งระยะหลัง แต่จะเห็นได้ว่าขั้นที่ 5, 6 และ 7 นั้น แท้ที่จริงแล้วคือความต้องการสูงสุดของมนุษย์ ซึ่งรวมเป็นขั้นเดียวกันได้ซึ่งรวมเรียกว่าความต้องการตระหนักในคุณค่าแห่งตน หรือความต้องการบรรลุความสำเร็จตามศักยภาพ ในการนำแนวคิดของมาสโลว์มาใช้ นั้น บางคนยังนิยมใช้ 5 ลำดับขั้นเหมือนเดิม ซึ่งก็ใช้ได้เช่นเดียวกัน จากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ จึงมีการศึกษาความต้องการในแต่ละขั้น เพื่อนำไปใช้พิจารณาว่าผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการ และจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ของบริษัท

1.3.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกที่จะรับรู้ สรุปการรับรู้ตีความหมายข้อมูล เพื่อสร้างภาพในสมองที่มีความหมายโดยการรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือได้เห็น ได้กลิ่น ได้รสชาติ และได้รู้สึก

1.3.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลหลังจากที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและมีการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น ดังนั้น นักการตลาดจึงนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้โดยการโฆษณาซ้ำ เพื่อจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และใช้สินค้าเป็นประจำ

1.3.4 ความเชื่อและทัศนคติ (Attitude) คือการประเมินความพอใจหรือไม่พอใจ ความรู้สึกและท่าทีความรู้สึกที่คนเรามีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สิ่งที่กำหนดทัศนคติมี 3 ประการคือ 1) ความรู้ 2) ความรู้สึก 3) ความพร้อมที่จะกระทำ (Readiness to act)

1.3.5 บุคลิกภาพ (Personality) คือ ลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่มีพัฒนาการมายาวนานตั้งแต่เด็กจนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งมีผลกระทบต่อการกำหนดรูปแบบในการโต้ตอบ หรือตอบสนอง (Reaction) ที่ไม่เหมือนกันทฤษฎีฟรอยด์ (Freudian theory) หรือทฤษฎีจิตวิเคราะห์

ของฟรอยด์ (Freudian 's psychoanalysis theory) มีสมมติฐานว่าอิทธิพลด้านจิตวิทยาที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์ ส่วนใหญ่เป็นจิตใต้สำนึก ซึ่งเป็นส่วนกำหนดบุคลิกภาพของมนุษย์ประกอบด้วย

1.3.5.1 อิด (Id) เป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพที่มีมาแต่กำเนิด ซึ่งแสดงพฤติกรรมออกมาตามความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ โดยยังไม่ได้รับการขัดเกลา พฤติกรรมที่เกิดจากอิดอาจจะดีหรือไม่ดี เช่น ความต้องการทางเพศ การสูบบุหรี่เพื่อลดความตึงเครียด เป็นต้น

1.3.5.2 อีโก้ (Ego) เป็นศูนย์กลางการควบคุมด้วยเหตุผลของจิตใจมนุษย์ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความต้องการที่เกิดจากอิด และความต้องการด้านสังคม ดังนั้นอีโก้จึงเป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีเหตุมีผล เหมาะสมกับกาลเทศะ

1.3.5.3 ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) เป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาตามกฎหมาย ศีลธรรมที่ควรปฏิบัติของสังคม

1.7.2 ทฤษฎีการเจริญใจ Existence Relatedness Growth ของ Alderfer

เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ แต่ไม่คำนึงถึงขั้นความต้องการว่า ความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการหลายๆอย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ ความต้องการตามทฤษฎี ERG จะมีน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (Existence needs (E)) เป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรมสูงสุด ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกายบวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารสามารถตอบสนองความต้องการในด้านนี้ได้ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสวัสดิการที่ดี มีเงินโบนัส รวมถึงทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกมั่นคงปลอดภัยจากการทำงาน ได้รับความยุติธรรม มีการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness needs (R)) เป็นความต้องการที่จะให้และได้รับไมตรีจิตจากบุคคลที่แวดล้อม เป็นความต้องการที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลง ประกอบด้วยความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกด้วย เช่น การจัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เป็นต้น

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth needs (G)) เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของบุคคลซึ่งมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุดประกอบด้วยความต้องการการยกย่องบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองให้เจริญก้าวหน้าด้วยการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานกว้างขึ้น โดยมีหน้าที่การงานสูงขึ้น อันเป็นโอกาสที่พนักงานจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ

1.7.3 ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์ (Murray's Manifest Needs Theory)

ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์นั้นไม่ได้เรียงลำดับชั้นความต้องการเหมือนของมาสโลว์ กล่าวคือ ทฤษฎีของเมอร์เรย์นั้นสามารถอธิบายได้ว่าในเวลาเดียวกัน บุคคลอาจมีความต้องการด้านใดด้านหนึ่ง หรือหลายด้านสูงและความต้องการด้านอื่นต่ำก็ได้ ส่วนทฤษฎีมาสโลว์ ไม่สามารถอธิบายได้ ตามทฤษฎีของเมอร์เรย์ ความต้องการที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับการทำงานของคนมีอยู่ 4 ประการคือ

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) หมายถึง ความต้องการที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
2. ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (Need for Affiliation) ความต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับคนอื่น คำนึงถึงการยอมรับของเพื่อนร่วมงาน
3. ความต้องการอิสระ (Need for Autonomy) ความต้องการที่จะเป็นตัวของตัวเอง
4. ความต้องการมีอำนาจ (Need for Power) ความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น และต้องการที่จะควบคุมคนอื่นให้อยู่ในอำนาจของตน

1.7.4 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคลีแลนด์ (McClelland)

ทฤษฎีนี้เน้นอธิบายการจูงใจของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จ มีได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของเขา ซึ่งความต้องการความสำเร็จนี้ในแง่ของการทำงาน หมายถึงความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดและทำให้สำเร็จผลตามที่ตั้งใจไว้ เมื่อตนทำอะไรสำเร็จได้ ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นสำเร็จต่อไป หากองค์การใดที่มีพนักงานที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จำนวนมากก็จะเจริญรุ่งเรืองและเติบโตเร็ว (David C. McClelland อ้างใน Boone; & Kurtz, 1992: 346)

ในช่วงปีค.ศ. 1940s นักจิตวิทยาชื่อ David I. McClelland ได้ทำการทดลองโดยใช้แบบทดสอบการรับรู้ของบุคคล (Thematic Apperception Test (TAT)) เพื่อวัดความต้องการของมนุษย์ โดยแบบทดสอบ TAT เป็นเทคนิคการนำเสนอภาพต่างๆ แล้วให้บุคคลเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเห็น จากการศึกษาวิจัยของแมคคลีแลนด์ได้สรุปคุณลักษณะของคนที่มีความแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการที่ได้จากแบบทดสอบ TAT ซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement (nAch)) เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ จากการวิจัยของ McClelland พบว่า บุคคลที่ต้องการความสำเร็จ (nAch) สูง จะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

2. ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation (nAff)) เป็นความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

3. ความต้องการอำนาจ (Need for power (nPower)) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูง จะแสวงหาวิถีทางเพื่อให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

1.8 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการ

ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาในการทำงาน ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญที่จะช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะเด่นจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ. 2549:41)

คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Willi, Goldhabers; & Yates. 1980)

นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมากในขณะที่คนอายุมากมักมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกันคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอในขณะที่คนมีการศึกษาดำก็จะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพล อย่างสำคัญต่อปฏิภยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยมและเป้าหมายที่แตกต่างกัน

ดีเฟลอร์ ได้กล่าวถึงทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) โดยมีหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล ดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างกันที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อถือที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

แมคอินทอช และ โกลด์เนอร์ (Mcintosh; & Goeldner.1986: 125-127) ได้ระบุว่า ลักษณะส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความแตกต่างทางด้านเพศ ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย ทางด้านบทบาทในครอบครัว และธุรกิจการทำงานที่แตกต่างกัน ทำให้ลักษณะการแบ่งเวลา และความสามารถที่แตกต่างกันไปด้วย ส่วนอายุ มีความสำคัญในส่วนลักษณะประสบการณ์ที่ผ่านมาในชีวิตส่วนบุคคลหนุ่มสาวมีความตั้งใจและสนใจที่จะเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆในชีวิตค่อนข้างสูง

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดนี้มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ว่าส่งผลต่อความพึงพอใจและความต้องการที่แตกต่างกัน

1.9 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความต้องการ

1.9.1 งานวิจัยในประเทศ

สมภรณ์ กลิ่นเจิม (2545: 70) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย บริษัท ไอซีซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) พบว่า พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายในแต่ละแห่งไม่มีความแตกต่างกัน ความพึงพอใจของลูกค้าทั้งความพึงพอใจในการแะเคาน์เตอร์และความพึงพอใจในการซื้อสินค้าไม่มีความแตกต่างกัน พฤติกรรมของพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการแะเคาน์เตอร์ ทั้งนี้เมื่อควบคุมตัวสินค้า พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อสินค้า ทั้งนี้เมื่อควบคุมสินค้า

ประกอบ ศรีตระกูล. (2550: 55) ได้ศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรีพบว่า 1) สภาพสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรี ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านการออกแบบการเรียนรู้ ด้านการจัดทำแผนการเรียนรู้ ด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ และด้านการใช้และพัฒนาและสร้างสื่อ 2) ความต้องการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรีในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ ดังนี้ ด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ ด้านการใช้และพัฒนาและสร้างสื่อ ด้านการออกแบบการเรียนรู้ ด้านการจัดทำแผนการเรียนรู้ 3) สภาพสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรี จำแนกตามแผนกวิชาพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกแผนกวิชา เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ แผนกวิชาช่างยนต์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ แผนกวิชาช่างไฟฟ้ากำลัง และแผนกวิชาการบัญชี ส่วนความต้องการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นแผนกวิชาพบว่าแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนแผนกอื่นๆ อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ แผนกวิชาการบัญชี แผนกวิชาช่างไฟฟ้ากำลัง และแผนกวิชาช่างยนต์

อนันต์ จงสู่วิวัฒน์วงศ์ (2545: 39) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ ผลจากวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านราคา ผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่พบในการเลือกใช้สินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) คือปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ

1.9.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เบรน (1979: 123) ได้ทำการวิจัยในสอลแอนเจลิส เพื่อทดสอบว่าบริการที่จัดโดยหน่วยการปกครองท้องถิ่นมีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการหรือไม่ โดยใช้ข้อมูลด้านปัจเจกบุคคล สัมภาษณ์ประชากรการบริการอื่นๆ เพื่อนำมาใช้กับตัวแบบในการประเมินลักษณะทางด้านลักษณะของบริการ ลักษณะของผู้ให้บริการของแต่ละบริเวณ และลักษณะของปัจเจกบุคคล เกณฑ์การประเมินด้านอัตวิสัย สร้างขึ้นจากการสำรวจสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริการทางด้านการตำรวจ สวนสาธารณะ การกำจัดขยะ และบริการอื่นๆ ส่วนเกณฑ์การประเมินด้านวัตถุวิสัย พิจารณาจากจำนวนตัวเลข เช่น อัตราการปราบปรามของตำรวจ อัตราครองทรัพย์สินที่ได้จากที่ดิน ค่าใช้จ่ายต่อหัว และอัตราการเกิดอาชญากรรม แต่ตัวเลขดังกล่าวไม่ค่อยมีความสำคัญพอที่จะบ่งบอกได้ว่า ลักษณะการบริการนั้นมีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการ และในขณะเดียวกันการประเมินทางด้านอัตวิสัยก็มีข้อจำกัด เนื่องจาก ประชาชนมีความรู้ความ

เข้าใจในเรื่องบริการนั้นมีน้อย เพราะจากการวิจัยด้านสารมติ พบว่า ประชาชนมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับรัฐบาล และกิจกรรมของรัฐบาล

การ์เบรียล อัลมอนต์และซิดนีย์ เวอร์บาร์ (1980: 121) ได้ศึกษาเรื่อง “The Civil Culture ” โดยศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจในการให้บริการของตำรวจที่ปฏิบัติอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

ไวทซ์ (1986: 82) ได้ศึกษาเรื่องความรู้แรงจูงใจ และพฤติกรรมการปรับตัวที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการพัฒนาการขายในพนักงานขาย พบว่าปัจจัยในเรื่องความรู้เป็นคุณลักษณะสำคัญของบุคคลที่มีผลต่อความสามารถในการพัฒนาประสิทธิภาพในการขายมากที่สุด

2. ข้อมูลของบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัดจำกัด

2.1 ประวัติความเป็นมาและการให้บริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด

บริษัท เอ็ม.เอช.อี.-ดีแมก (ที) จำกัดเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างกลุ่มบริษัทเจ็บบี เซ็น แอนด์ เจส เซ็น และ ดีแมก เครน แอนด์ คอมนพอนเนท์ แห่งเยอรมัน ดำเนินธุรกิจโดยเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า เครนเหนือศีรษะ รอก ลิฟต์ขนสินค้า แท่นประดับ รถยกไฟฟ้า รถยกมือลาก รวมทั้งการบริการตรวจเช็ค ซ่อมบำรุง แก้ไขปรับปรุง หลังการขาย

บริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด เป็นผู้นำในด้านการให้บริการ จัดจำหน่าย เครน ยี่ห้อ MHE – Demag จากประเทศ เยอรมัน แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย และยังให้บริการครอบคลุมพื้นที่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เรามุ่งนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุดและหลากหลายเพื่อครอบคลุมการใช้งาน เครน ทุกรูปแบบ ทุกขนาด สำหรับทุกอุตสาหกรรม เช่น รอกสลิงไฟฟ้า รอกโซ่ไฟฟ้า รอกและเครน ชนิดกันระเบิดสำหรับอุตสาหกรรมปิโตรเคมี เครนสะพานเดี่ยว (Single Girder) และสะพานคู่ (Double Girder) ขนาดตั้งแต่ 80 กิโลกรัมถึง 400 ตัน เครนรางเดี่ยว (Monorail) เครนแขนหมุน (Jib Crane) ระบบเครนสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ รอกใช้มือสาว และอุปกรณ์ประกอบเครนทุกชนิด

พร้อมทั้งอะไหล่และ บริการตรวจเช็ค ซ่อมบำรุง สำหรับเครนทุกยี่ห้อ มุ่งมั่นในการให้บริการเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าด้วยความเป็นมืออาชีพในด้านงานเครน วิศวกรรม และ พันธกิจ วิศวกรรม มุ่งสู่ความเป็นหนึ่งในงานเครน ทั้งด้านคุณภาพสินค้า แนวทางการติดตั้งเครน และบริการตรวจเช็คซ่อมบำรุงเครนอย่างครบวงจร สำหรับอุตสาหกรรมในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พันธกิจ ยึดมั่นในหน้าที่ที่จะให้ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด โดยการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ จัดส่งตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว และนำเสนอแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการใช้งานเครนรวมถึงการแก้ปัญหาพนักงาน ที่ได้ผลดีและต้นทุนประหยัดเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า โรงงานและ ศูนย์บริการ โรงงานและศูนย์บริการของเราตั้งอยู่ ที่นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และศูนย์บริการที่สาขาพระราม 9 สาขาปอวิน สาขานิคมอุตสาหกรรมไฮเทค ซึ่งถือว่าครอบคลุมอยู่ในศูนย์กลางอุตสาหกรรมทั้งเขตกรุงเทพ ปริมณฑลภาคตะวันออก

รายล้อมไปด้วยโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 5,000 โรงงาน และศูนย์บริการสาขากรุงเทพ ซึ่งจะดูแลครอบคลุมพื้นที่อื่นๆนอกเหนือจากภาคตะวันออก จึงเชื่อมั่นได้ว่า บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด สามารถเข้าให้บริการที่โรงงานของท่านได้อย่างรวดเร็ว และเชื่อถือได้ในคุณภาพโดยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเครนโดยเฉพาะ พื้นที่ 15 ไร่ภายในโรงงานของเรา ประกอบไปด้วยเครื่องจักร เครื่องมือทันสมัย ที่ใช้ในการประกอบโครงสร้างเหล็กที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับงานผลิตเครน เราใช้เทคโนโลยีในการผลิตจากยุโรป อาทิเช่น เครื่องเชื่อมอัตโนมัติ Floor สำหรับประกอบสะพานเครน (Girder Fabrication Floor) , คานสำหรับตั้งระดับเครน (Crane aligning bench) ซึ่งสามารถจำลองระยะจริงจากโรงงานลูกค้าทำให้ได้ระยะที่แม่นยำยิ่งขึ้น โรงพ่นสีห้องปฏิบัติการไฟฟ้า เป็นต้น เราจึงกล้ารับประกันในสินค้าทุกชิ้นที่จัดส่งให้แก่ลูกค้าว่าเป็นไปตามมาตรฐานยุโรป และได้คุณภาพเดียวกับสินค้าที่ผลิตในยุโรปทุกประการ เรามีสต็อกสินค้า รอกสลิงไฟฟ้า รอกโซ่ไฟฟ้าครบชุด ขนาดตั้งแต่ 2 ตัน ถึง 15 ตัน แคร่ขับเคลื่อนตามยาว (End Carriage), มอเตอร์ขับเคลื่อน ตู้คอนโทรล สามารถจัดส่งได้ทันทีจากคลังสินค้าของเรา เรามีอะไหล่ฉุกเฉินทุกชิ้นพร้อมส่ง สำหรับเครนทุกรุ่นเพื่อให้เข้าบริการได้ทันทีที่ บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี 1856 เป็นผู้นำในการผลิตรอกและอุปกรณ์ลำเลียงวัสดุที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก มีพนักงานกว่า 6,000 คน ทั่วโลก และมีจำนวนรุ่นของสินค้ามากที่สุดในโลก มีขนาดรับน้ำหนักได้ตั้งแต่ 80 กิโลกรัม ไปจนถึง 400 ตัน ยิ่งไปกว่านั้น บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด มีลิขสิทธิ์สินค้าเฉพาะ กว่า 25 รายการ อะไหล่สำหรับรุ่นต่างๆยังคงผลิตออกสู่ท้องตลาด อีก 30 ปีหลังจากที่สินค้านั้นๆ เลิกผลิตแล้ว สินค้า บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด ทุกชิ้นผลิตภายใต้มาตรฐาน ISO 9001 กว่า 150 ปี ในการผลิตและพัฒนารอกและอุปกรณ์ลำเลียงวัสดุ บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด ศูนย์บริการหลังการขาย 24 แห่ง โรงงานผลิตเครน 11 แห่ง และมีศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขา และประเทศต่างๆ สำหรับสาขาในต่างประเทศ MHE Demag มีสาขาในประเทศไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย อเมริกา เยอรมัน ฮอลแลนด์ เบลเยียม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำกัดโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการขั้นตอนดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์และรับบริการ ตรวจเช็คซ่อมบำรุงทั้งแบบรายครั้งและทำสัญญารายปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 150 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้นับบริการจากเอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำกัด โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่ได้รับบริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงใน () หน้าข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ แบ่งเป็น
 - 1.1 () เพศชาย
 - 1.2 () เพศหญิง
2. อายุแบ่งเป็น 4 ช่วง คือ
 - 2.1 () ต่ำกว่า 20 ปี
 - 2.2 () อายุ 20 – 30 ปี
 - 2.3 () อายุ 31 – 40 ปี
 - 2.4 () อายุ 40 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ
 - 3.1 () ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส.
 - 3.2 () อนุปริญญา / ปวส.
 - 3.3 () ปริญญาตรี
 - 3.4 () สูงกว่าปริญญาตรี
4. ตำแหน่งงาน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ
 - 4.1 () พนักงาน
 - 4.2 () หัวหน้างาน
5. ระยะเวลาในการทำงาน คือ
 - 5.1 () ต่ำกว่า 1 ปี
 - 5.2 () 1-5 ปี
 - 5.3 () 6-10 ปี
 - 5.4 () 10 ปีขึ้นไป
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบ่งเป็น
 - 6.1 () รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 6.2 () รายได้ 10,000 -20,000 บาท
 - 6.3 () รายได้มากกว่า 20,000 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการรับบริการจากเอ็ม.เอส.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำกัดเป็นคำถามแบบ Likert Scale เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ 5 ด้าน โดยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ความพึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย ไม่พึงพอใจ หรือระดับความต้องการ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ต้องการมากที่สุด ต้องการมาก ต้องการปานกลาง ต้องการน้อย ไม่ต้องการ ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งคำถามเป็น 5 ด้านดังนี้

ตัวอย่างแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจากบริษัท เอ็ม.เอส.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความรู้สึกและความเป็นจริงมากที่สุดเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ

ตอนที่ 2

ตัวอย่างแบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอส.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด โดยแบ่งคำถามเป็น 5 ด้าน โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความรู้สึกและความเป็นจริงมากที่สุดเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ

ระดับความพึงพอใจของการให้บริการ					การให้บริการ	ระดับความต้องการของการให้บริการ				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
					ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ					
					0 การให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า					
					00 การแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า					
					0 การติดตามผลงานหลังจากให้บริการเสร็จสิ้น					
					00 การบันทึกผลหลังการให้บริการของใบรายงาน มีความถูกต้อง เรียบร้อย					
					0 การบริการมีการรับประกันด้วยมาตรฐานขององค์กร เช่น ISO 9001:2000 หรือรางวัลจากสถาบันต่างๆ					
					ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ					
					0 การให้สิ่งอำนวยความสะดวก ทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ					
					00 การได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้บริการโดยอ้างอิงจากฐานลูกค้าที่ใช้บริการปัจจุบัน					
					0 การชี้แจงระเบียบนโยบายที่บริษัทกำหนดไว้					
					00 การให้ความคุ้มค่าของงานบริการว่ามีความเหมาะสมกับการตัดสินใจ					
					0 ผู้ให้บริการมีความใส่ใจด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน					
					ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ					
					0 การกระจายสถานที่บริการ ทำเลที่ตั้งให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า					
					00 ลักษณะทางด้านกายภาพของผู้ให้บริการ แสดงถึงความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน					
					0 การจัดเตรียมพนักงานผู้ให้บริการมีความเพียงพอแก่การบริการ					
					ด้านความเอาใจใส่					
					0 ผู้ให้บริการสามารถรับเรื่องไว้ดำเนินการให้ท่านอย่างจริงจัง					

					00 การให้ความสำคัญจัดจํารายละเอียดของ ลูกค้า ได้แก่ ข้อมูลชื่อ มีประวัติการซื้อ การ ให้บริการก่อนและหลังการขาย					
					0 พนักงานขายสามารถเข้านำเสนองาน บริการได้ตรงความความต้องการทั้งคุณภาพ และปริมาณ					
					00 พนักงานผู้ให้บริการมีความมุ่งมั่นที่จะ แก้ปัญหาให้ได้ตามความต้องการ					
					0 พนักงานผู้ให้บริการ หรือพนักงานขายมี การติดตามเรื่องของลูกค้าจนสำเร็จ					
					ด้านความรวดเร็ว					
					0 เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ของศูนย์บริการ สามารถให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง รวมทั้งพูดจา ด้วยน้ำเสียงไพเราะและชัดเจน					
					00 เจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถเสนอราคา ได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง					
					0 พนักงานฝ่ายขายงานบริการสามารถเข้า พบท่านเพื่อนำเสนอทางเลือกการแก้ไข ปัญหาอย่างรวดเร็ว					
					00 การมาถึงสถานที่ปฏิบัติงานหลังจาก ลูกค้าแจ้งปัญหาได้อย่างรวดเร็ว					
					0 การกำหนดระยะเวลาการชำระค่าบริการ รวมทั้งเอกสารแจ้งค่าบริการมีความ เหมาะสม					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์การแบ่งออกเป็น 5 ระดับ และใช้คะแนน
เฉลี่ยระหว่างคะแนนสูงสุด และต่ำสุดมาจัดระดับซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา ระดับความถี่ โดยมีวิธีการคำนวณหาความกว้างของอัตรภาคชั้น (Class Interval:I)

(กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2542: 29)

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนดังนี้

1.00 – 1.80	ถือว่า	อยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	ถือว่า	อยู่ในระดับน้อย
2.61 – 3.40	ถือว่า	อยู่ในระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	ถือว่า	อยู่ในระดับมาก
4.21 – 5.00	ถือว่า	อยู่ในระดับมากที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลไปยังผู้ช่วยผู้จัดการบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด
2. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (∞ - Coefficient) ของครอนบัก โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล
3. โดยการใช้แบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้วไปเก็บข้อมูลจำนวน 150 ชุด
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ จำนวน 150 ฉบับที่ตอบครบทุกข้อ นำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลได้แล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาให้คะแนนลงรหัส จากนั้นนำไปวิเคราะห์ ประมวลผล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกออกเป็น 3 ตอน คือ

1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของตัวแปรโดยรวมและจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทที่เข้ารับบริการ
2. เปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของผู้รับบริการส่งผลต่อการให้บริการของนักสังคมสงเคราะห์ จำแนกตามตัวแปร เพศ โดยใช้การทดสอบแบบ (t-test)
3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของผู้รับบริการที่ศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็กและสตรีโดยจำแนก ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของผู้ที่เข้ามารับการบริการ ด้วยการหาค่า F-test เมื่อพบความแตกต่างจะใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
2. สถิติที่ใช้ในการหาคคุณภาพเครื่องมือ
 - 2.1 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Consistency: IOC) เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาทางด้านความเที่ยงตรงเชิงพินิจ โดยใช้สูตรของโรวินเนลลีและแฮมเบิลตัน (ลัวัน สายยศ และอังคณา สายยศ.2539: 248-249 : อ้างอิงจาก Rowinelli; & Hambleton. 1977)
 - 2.2 วิเคราะห์ข้อความรายข้อ (Item Analysis) เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกของข้อความรายข้อ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 2.3 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัก โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
 - 3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สูตร t-test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 3.3 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Squares)
P-value	แทน	ค่าความน่าจะเป็นในการปฏิเสธสมมติฐาน
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอผลการศึกษาวิจัยตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านส่วนตัวของลูกค้าจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าส่งผลกระทบต่อ การให้บริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของผู้รับบริการส่งผลกระทบต่อ การให้บริการของบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านส่วนตัวของลูกค้าจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือนโดยแสดงจำนวนและค่าร้อยละ

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านส่วนตัวของลูกค้า

องค์ประกอบตัวแปร	ระดับของตัวแปร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	102.00	68.00
	หญิง	48.00	32.00
	รวม	150.00	100.00
2. อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	2.00	1.30
	อายุ 20-30 ปี	77.00	51.30
	อายุ 31-40 ปี	57.00	38.00
	อายุ 40 ปีขึ้นไป	14.00	9.30
	รวม	150.00	100.00
3. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย	0.00	0.00
	อนุปริญญา/ปวส.	23.00	15.30
	ปริญญาตรี	110.00	73.30
	สูงกว่าปริญญาตรี	17.00	11.30
	รวม	150.00	100.00
4. ตำแหน่งงาน	พนักงาน	107.00	71.30
	หัวหน้างาน	43.00	28.70
	รวม	150.00	100.00
5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแบ่งเป็น	รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท	7.00	4.70
	รายได้ 10,000 – 20,000 บาท	57.00	38.00
	รายได้มากกว่า 20,000 ขึ้นไป	46.00	57.30
	รวม	150.00	100.00

จากตาราง 1 พบว่าลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี-ดีแมก (ที) จำกัด เป็นแหล่งข้อมูลทั้งหมด 150 คน โดยจำแนกตามตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

เพศ ได้แก่เพศชายจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 และเพศหญิงจำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 32.00

อายุ ได้แก่ อายุต่ำกว่า 20 ปีลงมาจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 อายุ 20-30 ปี จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 51.30 อายุ 31-40 ขึ้นไปจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 38.00 อายุ 40 ปีขึ้นไปจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30

ระดับการศึกษา ได้แก่ ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ระดับปริญญาตรีจำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 73.30 ระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30

ตำแหน่งงาน ได้แก่ พนักงานจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 71.30 หัวหน้างาน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 รายได้ต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาทจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รายได้มากกว่า 20,000 จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด โดยแบ่งคำถามเป็น 5 ด้าน

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดโดยรวมและรายด้าน

การบริการ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	3.51	0.34	มาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.56	0.32	มาก
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	3.47	0.42	มาก
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	3.62	0.34	มาก
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	3.56	0.40	มาก
ความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวม	3.56	0.25	มาก

จากตาราง 2 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัดโดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมาก

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดโดยรวมและรายด้าน

การบริการ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	4.31	0.42	สูงมาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.24	0.45	สูงมาก
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	4.33	0.46	สูงมาก
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.32	0.39	สูงมาก
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	4.34	0.42	สูงมาก
ความต้องการของผู้รับบริการโดยรวม	4.31	0.34	สูงมาก

จากตาราง 3 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำกัดโดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมาก

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตามเพศ โดยรวมและรายด้าน

การบริการ	เพศชาย			เพศหญิง		
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	3.54	0.35	มาก	3.46	0.32	มาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.58	0.32	มาก	3.53	0.32	มาก
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	3.46	0.43	มาก	3.50	0.37	มาก
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	3.65	0.35	มาก	3.55	0.32	มาก
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	3.65	0.38	มาก	3.54	0.41	มาก
รวม	3.58	0.25	มาก	3.52	0.25	มาก

จากตาราง 4 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าเพศชายและผู้รับบริการเพศหญิงโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการ จาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำแนกตามเพศ โดยรวมและรายด้าน

การบริการ	เพศชาย			เพศหญิง		
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	4.29	0.42	สูงมาก	4.36	0.40	สูงมาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.23	0.48	สูงมาก	4.28	0.41	สูงมาก
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	4.32	0.45	สูงมาก	4.37	0.48	สูงมาก
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.32	0.39	สูงมาก	4.34	0.40	สูงมาก
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	4.34	0.41	สูงมาก	4.36	0.44	สูงมาก
รวม	4.30	0.35	สูงมาก	4.34	0.32	สูงมาก

จากตาราง 5 พบว่าความต้องการของลูกค้าเพศชายและเพศหญิงโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของของลูกค้าที่ได้รับการบริการ จาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำแนกตามอายุ โดยรวมและรายด้าน

การบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			40 ปีขึ้นไป		
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ			ปาน									
	3.30	0.42	กลาง	3.49	0.33	มาก	3.57	0.35	มาก	3.47	0.43	มาก
2.ด้านความน่าเชื่อ ถือของผู้ให้บริการ			ปาน									
	3.10	0.14	กลาง	3.54	0.29	มาก	3.63	0.34	มาก	3.52	0.36	มาก
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กร และผู้ให้บริการ			ปาน									
	3.33	0.47	กลาง	3.42	0.44	มาก	3.57	0.36	มาก	3.45	0.46	มาก
4.ด้านความเอาใจใส่ ในการให้บริการ												
	3.60	0.29	มาก	3.56	0.36	มาก	3.72	0.28	มาก	3.56	0.40	มาก
5.ด้านความรวดเร็ว ในการให้บริการ												
	3.50	0.42	มาก	3.58	0.43	มาก	3.70	0.34	มาก	3.54	0.43	มาก
รวม	3.37	0.07	ปาน กลาง	3.52	0.23	มาก	3.64	0.23	มาก	3.51	0.37	มาก

จากตาราง 6 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าแบ่งตามอายุ ได้แก่อายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 40ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำแนกตามอายุ โดยรวมและรายด้าน

การบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			40 ปีขึ้นไป		
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้อง			สูง			สูง			สูง			สูง
ครบถ้วนของบริการ	4.70	0.42	มาก	4.27	0.44	มาก	4.33	0.40	มาก	4.38	0.36	มาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือ			สูง			สูง			สูง			สูง
ถือของผู้ให้บริการ	4.50	0.71	มาก	4.26	0.46	มาก	4.15	0.45	มาก	4.52	0.38	มาก
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	4.83	0.24	มาก	4.32	0.48	มาก	4.32	0.45	มาก	4.42	0.36	มาก
4.ด้านความเอาใจใส่			สูง			สูง			สูง			สูง
ในการให้บริการ	4.90	0.14	มาก	4.29	0.41	มาก	4.32	0.37	มาก	4.42	0.36	มาก
5.ด้านความรวดเร็ว			สูง			สูง			สูง			สูง
ในการให้บริการ	4.80	0.00	มาก	4.34	0.43	มาก	4.30	0.37	มาก	4.52	0.49	มาก
รวม	4.74	0.25	สูง มาก	4.29	0.36	สูง มาก	4.28	0.32	สูง มาก	4.46	0.31	สูง มาก

จากตาราง 7 พบว่าความต้องการของลูกค้าแบ่งตามช่วงอายุ ได้แก่ อายุต่ำกว่า 20 ปีลงมา อายุตั้งแต่ 20 -30 ปี อายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี และ อายุ 40 ปีขึ้นไป ไปโดยรวมในการให้บริการอยู่ในระดับสูงมาก

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของของลูกค้าที่ได้รับการบริการ จาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมและรายด้าน

การบริการ	อนุปริญญา/ปวส.			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	3.42	0.35	มาก	3.53	0.35	มาก	3.53	0.32	มาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.41	0.30	มาก	3.59	0.32	มาก	3.59	0.29	มาก
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	3.49	0.35	มาก	3.46	0.44	มาก	3.57	0.40	มาก
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	3.44	0.44	มาก	3.64	0.33	มาก	3.70	0.21	มาก
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	3.54	0.35	มาก	3.61	0.39	มาก	3.74	0.44	มาก
รวม	3.46	0.21	มาก	3.57	0.26	มาก	3.63	0.26	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าโดยจำแนกตามระดับการศึกษาได้แก่ ระดับอนุปริญญาหรือปวส.ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี พบว่ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมและรายด้าน

การบริการ	อนุปริญญา/ปวส.			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วน ของบริการ	4.14	0.57	มาก	4.35	0.37	มาก	4.28	0.47	มาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้ บริการ	4.06	0.62	มาก	4.30	0.41	มาก	4.17	0.43	มาก
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้ บริการ	4.22	0.58	มาก	4.36	0.43	มาก	4.35	0.46	มาก
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้ บริการ	4.23	0.53	มาก	4.33	0.38	มาก	4.44	0.22	มาก
5.ด้านความรวดเร็วในการให้ บริการ	4.19	0.54	มาก	4.36	0.41	มาก	4.45	0.18	มาก
รวม	4.17	0.51	มาก	4.34	0.31	สูง มาก	4.34	0.21	สูง มาก

จากตาราง 9 พบว่า ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการโดยจำแนกตามระดับการศึกษา ได้แก่ ระดับอนุปริญญาหรือปวส. พบว่ามีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี พบว่ามีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน

การบริการ	ระดับพนักงาน			ระดับหัวหน้างาน		
	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	3.42	0.35	มาก	3.53	0.35	มาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.41	0.30	มาก	3.59	0.32	มาก
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	3.49	0.34	มาก	3.46	0.44	มาก
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	3.44	0.44	มาก	3.65	0.33	มาก
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	3.53	0.35	มาก	3.62	0.39	มาก
รวม	3.46	0.21	มาก	3.57	0.26	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการ โดยจำแนกตามระดับตำแหน่งงาน ได้แก่ ระดับพนักงาน และหัวหน้างาน พบว่ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน

การบริการ	ระดับพนักงาน			ระดับหัวหน้างาน		
	\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย	\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วน ของบริการ	4.29	0.44	มากที่สุด	4.37	0.37	มากที่สุด
2.ด้านความน่าเชื่อถือของ ผู้ให้บริการ	4.25	0.45	มากที่สุด	4.23	0.49	มากที่สุด
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กร และผู้ให้บริการ	4.32	0.45	มากที่สุด	4.38	0.50	มากที่สุด
4.ด้านความเอาใจใส่ใน การให้บริการ	4.32	0.39	มากที่สุด	4.36	0.41	มากที่สุด
5.ด้านความรวดเร็วใน การให้บริการ	4.34	0.40	มากที่สุด	4.37	0.47	มากที่สุด
รวม	4.30	0.34	มากที่สุด	4.34	0.37	มากที่สุด

จากตาราง 11 พบว่า ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการ โดยจำแนกตามระดับตำแหน่งงานได้แก่ ระดับพนักงาน และหัวหน้างาน พบว่ามีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตามระดับรายได้

การบริการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท			10,000 – 20,000 บาท			มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป		
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	3.2	0.5	ปาน	3.5	0.3	มาก	3.5	0.3	มาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	5	2	กลาง	1	4	มาก	4	2	มาก
3.ด้านรูปลักษณะองค์กรและผู้ให้บริการ	3.3	0.4	ปาน	3.5	0.3	มาก	3.5	0.2	มาก
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	4	4	กลาง	6	4	มาก	9	9	มาก
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	3.5	0.5	มาก	3.4	0.4	มาก	3.4	0.4	มาก
	2	3	ปาน	8	1	มาก	7	2	มาก
	3.3	0.5	กลาง	3.5	0.3	มาก	3.6	0.3	มาก
	7	2	มาก	7	6	มาก	7	1	มาก
	3.5	0.3	มาก	3.5	0.4	มาก	3.6	0.3	มาก
	4	4	มาก	5	2	มาก	7	8	มาก
รวม	3.4	0.3	มาก	3.5	0.2	มาก	3.5	0.2	มาก
	1	1	มาก	3	5	มาก	9	4	มาก

จากตาราง 12 พบว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการ จำแนกตามรายได้ ผู้รับบริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 20,000 บาท และ ผู้รับบริการที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาท ขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำแนกตามระดับรายได้

การบริการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท			10,000 – 20,000 บาท			มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป		
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วน ของบริการ	3.88	0.91	มาก	4.33	0.38	สูงมาก	4.34	0.37	สูงมาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือของ ผู้ให้บริการ	3.74	0.76	มาก	4.26	0.47	สูงมาก	4.28	0.40	สูงมาก
3.ด้านรูปลักษณะองค์กร และผู้ให้บริการ	4.04	0.80	มาก	4.27	0.50	สูงมาก	4.40	0.38	สูงมาก
4.ด้านความเอาใจใส่ใน การให้บริการ	4.00	0.91	มาก	4.35	0.37	สูงมาก	4.34	0.34	สูงมาก
5.ด้านความรวดเร็วใน การให้บริการ	4.08	0.79	มาก	4.27	0.44	สูงมาก	4.41	0.35	สูงมาก
รวม	3.95	0.80	มาก	4.30	0.33	สูงมาก	4.35	0.27	สูงมาก

จากตาราง 13 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามรายได้ ผู้รับบริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท พบว่ามีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 20,000 บาท และ ผู้รับบริการที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาท ขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด

ตาราง 14 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามเพศ

ค่านิยมในการทำงาน	เพศชาย		เพศหญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	3.54	0.36	3.46	0.32	1.30
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.58	0.32	3.53	0.32	0.84
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	3.47	0.44	3.50	0.38	-0.45
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	3.65	0.35	3.55	0.33	1.68
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	3.66	0.39	3.54	0.41	1.67
รวม	3.58	0.25	3.52	0.25	1.40

จากตาราง 14 พบว่า ลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามเพศ

ค่านิยมในการทำงาน	เพศชาย		เพศหญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	4.29	0.43	4.37	0.40	-1.04
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.23	0.48	4.28	0.41	-0.70
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	4.32	0.45	4.37	0.48	-0.55
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.32	0.39	4.34	0.40	-0.23
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	4.34	0.41	4.36	0.45	-0.29
รวม	4.30	0.35	4.34	0.32	-0.71

จากตาราง 15 พบว่า ลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการต่อการรับบริการโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.-
ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามอายุ

		SS	df	MS	F
ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.393	3	0.131	1.10
	ภายในกลุ่ม	17.388	146	0.119	
	ภาพรวม	17.782	149		
ด้านความน่าเชื่อถือของ ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.773	3	0.258	2.567
	ภายในกลุ่ม	14.64	146	0.100	
	ภาพรวม	15.42	149		
ด้านรูปลักษณะองค์กร และผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.867	3	0.289	1.672
	ภายในกลุ่ม	25.226	146	0.173	
	ภาพรวม	26.093	149		
ด้านความเอาใจใส่ใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.925	3	0.308	2.68*
	ภายในกลุ่ม	16.798	146	0.115	
	ภาพรวม	17.723	149		
ด้านความรวดเร็วในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.589	3	0.196	1.256
	ภายในกลุ่ม	22.831	146	0.156	
	ภาพรวม	23.420	149		
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.630	3	0.210	3.456*
	ภายในกลุ่ม	8.867	146	0.061	
	ภาพรวม	9.497	149		

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความความพึงพอใจของการให้บริการ
จาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.-
ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามอายุ

		SS	df	MS	F
ด้านความถูกต้องครบถ้วน ของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.491	3	0.164	0.928
	ภายในกลุ่ม	25.776	146	0.177	
	ภาพรวม	26.268	149		
ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.744	3	0.581	2.882*
	ภายในกลุ่ม	29.451	146	0.202	
	ภาพรวม	31.195	149		
ด้านรูปลักษณะองค์กรและผู้ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.645	3	0.215	1.015
	ภายในกลุ่ม	30.908	146	0.212	
	ภาพรวม	31.553	149		
ด้านความเอาใจใส่ในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.887	3	0.296	1.940
	ภายในกลุ่ม	22.266	146	0.153	
	ภาพรวม	23.153	149		
ด้านความรวดเร็วในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.049	3	0.350	2.031
	ภายในกลุ่ม	25.145	146	0.172	
	ภาพรวม	26.199	149		
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.735	3	0.245	2.128
	ภายในกลุ่ม	16.799	146	0.115	
	ภาพรวม	17.533	149		

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการต่อการให้บริการจาก
บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.-ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

		SS	df	MS	F
ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.220	2	0.110	0.920
	ภายในกลุ่ม	17.562	147	0.119	
	ภาพรวม	17.787	149		
ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.667	2	0.334	3.324*
	ภายในกลุ่ม	14.753	147	0.100	
	ภาพรวม	15.420	149		
ด้านรูปลักษณะองค์กรและ ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.178	2	0.089	0.505
	ภายในกลุ่ม	25.915	147	0.176	
	ภาพรวม	26.093	149		
ด้านความเอาใจใส่ในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.923	2	0.461	4.037*
	ภายในกลุ่ม	16.80	147	0.114	
	ภาพรวม	17.723	149		
ด้านความรวดเร็วในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.400	2	0.200	1.278
	ภายในกลุ่ม	23.020	147	0.157	
	ภาพรวม	23.420	149		
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.309	2	0.154	2.470
	ภายในกลุ่ม	9.188	147	0.063	
	ภาพรวม	9.497	149		

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.-ดีแมก (ที) จำกัดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.-
ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

		SS	df	MS	F
ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.833	2	0.416	2.407
	ภายในกลุ่ม	25.435	147	0.173	
	ภาพรวม	26.268	149		
ด้านความน่าเชื่อถือของ ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.190	2	0.595	2.914
	ภายในกลุ่ม	30.005	147	0.204	
	ภาพรวม	31.195	149		
ด้านรูปลักษณะองค์กร และผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.395	2	0.197	0.931
	ภายในกลุ่ม	31.158	147	0.212	
	ภาพรวม	31.553	149		
ด้านความเอาใจใส่ใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.480	2	0.240	1.555
	ภายในกลุ่ม	22.674	147	0.154	
	ภาพรวม	23.153	149		
ด้านความรวดเร็วในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.765	2	0.383	2.211
	ภายในกลุ่ม	25.429	147	0.173	
	ภาพรวม	26.194	149		
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.584	2	0.292	2.532
	ภายในกลุ่ม	16.949	147	0.115	
	ภาพรวม	17.533	149		

จากตาราง 19 พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการต่อการ
ให้บริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 20 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.-
ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามตำแหน่งงาน

ค่านิยมในการทำงาน	พนักงาน		หัวหน้างาน		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	3.54	0.33	3.43	0.37	1.77
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.56	0.32	3.57	0.31	-0.07
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	3.46	0.41	3.50	0.42	-0.05
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	3.61	0.34	3.64	0.35	-0.47
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	3.61	0.39	3.63	0.42	-0.37
รวม	3.56	0.23	3.56	0.29	0.06

จากตาราง 20 พบว่า ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ

ตาราง 21 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.-
ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามตำแหน่งงาน

ค่านิยมในการทำงาน	พนักงาน		หัวหน้างาน		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
1.ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ	4.29	0.44	4.37	0.37	-1.10
2.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.25	0.44	4.22	0.49	0.29
3.ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ	4.32	0.45	4.38	0.50	-0.71
4.ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.32	0.39	4.35	0.41	-0.57
5.ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	4.34	0.40	4.36	0.47	-0.35
รวม	4.30	0.36	4.34	0.37	-0.60

จากตาราง 21 พบว่า ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความต้องการต่อการให้บริการของ บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดจำกัดโดยรวมทั้งตำแหน่งพนักงานและหัวหน้างานแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ

ตาราง 22 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตามระดับรายได้

		SS	df	MS	F
ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.530	2	0.265	2.256
	ภายในกลุ่ม	17.252	147	0.117	
	ภาพรวม	17.782	149		
ด้านความน่าเชื่อถือ ของผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.395	2	0.198	1.934
	ภายในกลุ่ม	15.024	147	0.102	
	ภาพรวม	15.420	149		
ด้านรูปลักษณ์องค์กร และผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.025	2	0.012	0.070
	ภายในกลุ่ม	26.068	147	0.177	
	ภาพรวม	26.093	149		
ด้านความเอาใจใส่ใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.799	2	0.400	3.471*
	ภายในกลุ่ม	16.924	147	0.115	
	ภาพรวม	17.723	149		
ด้านความรวดเร็วใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.547	2	0.274	1.759
	ภายในกลุ่ม	22.873	147	0.156	
	ภาพรวม	23.420	149		
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.269	3	0.135	2.145
	ภายในกลุ่ม	9.227	146	0.063	
	ภาพรวม	9.497	149		

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 พบว่า ลูกค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัดโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 23 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตามระดับรายได้

		SS	df	MS	F
ด้านความถูกต้อง ครบถ้วนของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.354	2	0.677	3.995*
	ภายในกลุ่ม	24.913	147	0.169	
	ภาพรวม	26.268	149		
ด้านความน่าเชื่อถือ ของผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.895	2	0.947	4.753**
	ภายในกลุ่ม	29.30	147	0.199	
	ภาพรวม	31.195	149		
ด้านรูปลักษณะ องค์กรและผู้ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.182	2	0.591	2.861
	ภายในกลุ่ม	30.371	147	0.207	
	ภาพรวม	31.553	149		
ด้านความเอาใจใส่ ในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.799	2	0.395	2.596
	ภายในกลุ่ม	22.363	147	0.152	
	ภาพรวม	33.153	149		
ด้านความรวดเร็วใน การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.168	2	0.584	3.431*
	ภายในกลุ่ม	25.026	147	0.170	
	ภาพรวม	26.194	149		
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.076	3	0.538	4.805**
	ภายในกลุ่ม	16.457	146	0.112	
	ภาพรวม	17.533	149		

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 23 พบว่า ลูกค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีความต้องการต่อการให้บริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี.- ดีแมก (ที) จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ต่อเดือน

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้มีความแตกต่างกัน

วิธีการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์และรับบริการ ตรวจสอบเช็คซ่อมบำรุง ทั้งแบบรายครั้งและทำสัญญารายปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 150 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกออกเป็น 3 ตอน คือ

1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของตัวแปรโดยรวมและจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทที่เข้ารับบริการ
2. เปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตามตัวแปร เพศ และ ตำแหน่งงาน โดยใช้การทดสอบแบบ (t-test)

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนก ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยการหาค่า One-way Anova F-Test เมื่อพบความแตกต่างจะใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ้ (Sheffe)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นรับบริการที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น

เพศ ได้แก่เพศชายจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และเพศหญิงจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

อายุ ได้แก่ อายุต่ำกว่า 20 ปีลงมาจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 อายุ 20-30 ปี จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 51.3 อายุ 31-40 ขึ้นไปจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 38.0 อายุ 40 ปี ขึ้นไปจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

ระดับการศึกษา ได้แก่ ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 15.3 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ระดับปริญญาตรีจำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 73.3 ระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

ตำแหน่งงาน ได้แก่ พนักงานจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 หัวหน้างาน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7

ระยะเวลาในการทำงาน ได้แก่ ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 1-5 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 6-10 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 มากกว่า 10 ปี 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 รายได้ต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาทจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รายได้มากกว่า 20,000 จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัดพบว่า

1.1 ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก

เพศ : พบว่าความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัดในด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านรูปลักษณะองค์กรและผู้ให้บริการ ด้านความเอาใจใส่ ด้านความรวดเร็วอยู่ในระดับปานกลาง อยู่ในระดับปานกลางส่วนด้านรูปลักษณะองค์กรและผู้ให้บริการ ด้านความเอาใจใส่ อยู่ในระดับสูงและความพึงพอใจของลูกค้าเพศชายและเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก

อายุ : พบว่าความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัดแบ่งตามอายุ ได้แก่อายุต่ำกว่า 20 ปีลงมา มีระดับความพึงพอใจในด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงด้านรูปลักษณะองค์กรและผู้ให้บริการ อยู่ในระดับ สูงมาก อายุตั้งแต่ 20-30 ปีมีความพึงพอใจทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในด้านความเอาใจใส่ ด้านความรวดเร็วในระดับมาก โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ระดับการศึกษา : พบว่าความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด แบ่งตามระดับการศึกษาเป็น 4 กลุ่มได้แก่อนุปริญญา / ปวส. มีระดับความพึงพอใจในด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านรูปลักษณะองค์กรและผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ปริญญาตรีมีระดับความพึงพอใจทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก และมากกว่าว่า ปริญญาตรีมีระดับความพึงพอใจในด้านความเอาใจใส่ ด้านความรวดเร็วอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

ตำแหน่งงาน : พบว่าความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด แบ่งตามตำแหน่งงานเป็น 2 กลุ่มโดยจำแนกตามระดับตำแหน่งงานได้แก่ ระดับพนักงานโดยรวมมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

รายได้ : พบว่าความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามรายได้ ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 20,000 บาท และ ลูกค้าที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาท ขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.2 ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด พบว่าความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด

เพศ : พบว่าพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าเพศชายและลูกค้าเพศหญิงโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

อายุ : พบว่าความต้องการของลูกค้าแบ่งตามช่วงอายุได้แก่ อายุต่ำกว่า 20 ปีลงมา อายุตั้งแต่ 20 -30 ปี อายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี และ อายุ 40 ปีขึ้นไป ไปโดยรวมในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับการศึกษา : ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการโดยจำแนกตามระดับการศึกษาได้แก่ ระดับอนุปริญญาหรือปวส. พบว่ามีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในระดับปริญญาตรีและมากกว่าปริญญาตรี พบว่ามีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ตำแหน่งงาน : พบว่า ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการ โดยจำแนกตามระดับตำแหน่งงานได้แก่ ระดับพนักงาน และหัวหน้างาน พบว่ามีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ระยะเวลาในการทำงาน : พบว่าความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน โดยระยะเวลาในการทำงานต่ำกว่า 1 ปี พบว่ามีความต้องการในการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่ 1-5 ปี 6-10 ปีและ 10 ปีขึ้นไป พบว่ามีความต้องการในการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

รายได้ : พบว่าความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามรายได้ ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท พบว่ามีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับสูง ส่วนผู้มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 20,000 บาท และ ลูกค้าที่มีรายได้ตั้งแต่ 20, 001 บาท ขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. เปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตามตัวแปร เพศ โดยการใช้การทดสอบแบบ (t-test)จากการเปรียบเทียบพบว่าลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผู้ให้บริการ ลูกค้าเพศหญิงมีความต้องการต่อการให้บริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด สูงกว่าลูกค้าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนในด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการ ด้านความเอาใจใส่ ด้านความรวดเร็ว แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงานและประเภทของการเข้ารับบริการ

3.1 วิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด พบว่า

เพศ : พบว่า ลูกค้าชายและหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านอายุ : พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านดูแลเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านระดับการศึกษา : พบว่า ลูกค้าที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการและด้านความเอาใจใส่ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านตำแหน่งงาน : พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านระยะเวลาในการทำงาน : พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเอาใจใส่ และด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านระดับรายได้ : พบว่า ลูกค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกันโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความเอาใจใส่ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าส่งผลต่อการให้บริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงานและรายได้

ด้านเพศ : พบว่า ลูกค้าชายและหญิงมีความต้องการต่อการรับบริการโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านอายุ : พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับการศึกษา : พบว่า ลูกจ้างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการให้บริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตำแหน่งงาน : พบว่า ลูกจ้างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความต้องการต่อการให้บริการการให้บริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด ทั้งโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ระยะเวลาในการทำงาน : พบว่า ลูกจ้างที่มีระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีความต้องการต่อการให้บริการการให้บริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด ทั้งโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้ : พบว่า ลูกจ้างที่มีรายได้แตกต่างกันมีความต้องการต่อการให้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจของและความต้องการลูกค้าทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เป็นเพราะบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด ได้มีการกำหนดคุณภาพของงานบริการไว้ในกระบวนการต่างๆ เช่น การนำและการกำกับดูแล โดยการวางแผนให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรและภารกิจของหน่วยงาน การเสริมสร้างพื้นฐานองค์กร ประกอบด้วย การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในด้านต่างๆ งบประมาณ เครื่องมือ และสถานที่สำหรับสนับสนุนการดำเนินงาน และได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินบุคลากรตามลักษณะเชิงพฤติกรรม (Competency) สมรรถนะหลัก 5 สมรรถนะ ได้แก่ การบริการ ที่ดี การส่งมอบความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ จริยธรรม ความร่วมแรงร่วมใจ และการมุ่งผลสัมฤทธิ์ และสมรรถนะประจำกลุ่มงาน 3 สมรรถนะ ได้แก่ ความถูกต้องของงาน ความยืดหยุ่นผ่อนปรน และการคิดวิเคราะห์ ทั้งนี้ ได้มีการสื่อสารให้กับบุคลากรได้รับทราบ เพื่อเป็นกรอบการปฏิบัติงานดังกล่าว และเป็นที่เข้าใจในองค์กร ซึ่งสามารถวัดผล แสดงความก้าวหน้าในการดำเนินการได้ ทำให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการทำงาน เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีวัฒนธรรมการทำงานใหม่ที่เน้นความสามารถและผลงาน เน้นความสุจริต ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ มีความกล้าทำในสิ่งที่ถูกต้อง ซึ่งถือเป็นค่านิยมใหม่ที่สร้างสรรค์ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2548: 19 - 29) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของไกล์รุ่งกลิ่นคันทา(2548: 63)ได้ทำการศึกษาค่านิยมสร้างสรรค์ของข้าราชการสังกัดสำนักงาน

ปลัดกระทรวงศึกษาธิการพบว่า ข้าราชการสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการมีค่านิยมสร้างสรรค์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง และลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่า บริษัท ให้บริการด้วยความรวดเร็วทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอแก่ลูกค้า ไม่ต้องรอนานลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน บริษัท มีความซื่อสัตย์ต่อการให้บริการอีกทั้งมีเครื่องมือที่มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีความเตรียมพร้อมตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ไมตรี วิไลกิจ (2539: 59) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาสำนักงานใหญ่ ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในด้านความสะดวกที่ได้รับหรือบริการทั่วไปอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของ นิคม สะอาดเยี่ยม (2539: 62) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาซีคอนสแควร์ ที่พบว่าปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าไม่เพียงพอ คือ ความล่าช้าของบริการหรือความไม่สะดวกของบริการ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เรืองบุตร ศิริตันรังสี (2535: 26) พบว่า ที่ศึกษาความพึงพอใจงานของผู้มารับบริการงานบัตรประจำตัวประชาชน อำเภอเมืองสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ที่พบว่าประชาชนลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากลูกค้าจะพึงพอใจ ซึ่งมีองค์ประกอบ 5 ประการ คือ ความเสมอภาค ความรวดเร็ว วิธีการให้บริการ เวลาให้บริการ และความสะดวกที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชำนาญ ผู้เอี่ยม (2537) ที่กล่าวว่าคุณภาพของการให้บริการที่ดี คือ พนักงานมีความเห็นอกเห็นใจลูกค้า มีการให้บริการอย่างรวดเร็วแสดงออกถึงความเคารพในลูกค้า ให้เกียรติลูกค้า มีการให้บริการด้วยความเต็มใจ มีการแสดงออกซึ่งเสริมภาพพจน์ผู้ให้บริการและองค์กรมีกริยาอาการ สุภาพ อ่อนโยน มีมารยาทดี และมีความกระตือรือร้นในการบริการ ให้บริการมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และจอห์น ดี มิลเลตต์ (1954: 397-400) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการวัดได้จาก เป็นการบริการอย่างเท่าเทียม เสมอภาค เป็นการบริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา มีการให้บริการอย่างพอเพียง มีการให้บริการที่มีความก้าวหน้าพัฒนางานบริการทางด้าน ปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด จำกัด จำแนกตามตัวแปร ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน และรายได้ พบว่า

2.1 เพศ : พบว่า ลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจและความต้องการต่อการบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะลูกค้าที่เป็นเพศชายและเพศหญิงต่างมีความพึงพอใจและความต้องการในการรับบริการที่เหมือนกันไม่มีการแบ่งแยกเพศและในการให้บริการบริษัทฯ ไม่คำนึงถึงว่าลูกค้าจะเป็นเพศใด บริษัทจะให้การบริการแก่ลูกค้าในฐานะเท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบุลย์ อะภิมา ที่ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของประชาชนต่อศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน (สสมช.) ตำบลเนินพระ อำเภอเมืองจังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของ

ประชาชนต่อบริการ ศสมช. จึงสรุปได้ว่า เพศจึงไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด

2.2 ระดับการศึกษา : พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจและความต้องการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการและด้านความเอาใจใส่ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เพราะการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของชีวิต ทำให้รู้จักกระบวนการทางสติปัญญาแก้ไขปัญหาอย่างมีเหตุผล มีแบบแผนชีวิตที่ดี นอกจากนั้นการศึกษายังเป็นกระบวนการที่ใช้พัฒนามนุษย์ทั้งด้านบุคคล ครอบครัว และสังคม ทำให้เกิดการเรียนรู้ มีทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรมที่มีคุณค่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้บุคคลมีความรู้ ความสามารถ ทัศนคติ และความพร้อมในการทำงาน ตลอดจนความพร้อมในการฝึกอบรมพัฒนาแตกต่างกัน หรืออาจเนื่องมาจากจิตลักษณะบางอย่างเป็นตัวแปรกลาง เช่น การปฏิบัติงานต่ำกว่าคุณวุฒิ หรือเกิดจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ทำให้มีค่านิยมในการทำงานแตกต่างกัน ดังนั้นควรคำนึงถึงการจัดสภาพการณ์ต่างๆ ให้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยม และการนำไปสู่การตัดสินใจในการปฏิบัติงานของบุคคลเพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของพิศาล สระบัว (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของค่านิยม บุคลิกภาพ และความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร พบว่าพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน และสอดคล้องกับเบรเนอร์ (Brenner. 1988: 639 - 642) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการศึกษากับค่านิยมในการทำงานของผู้จัดการ พบว่า ทั้งชายและหญิงที่มีการศึกษาสูงจะมีความต้องการความเป็นอิสระและโอกาสในการแสดงกิจกรรมด้านการบริหารมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้จัดการที่มีการศึกษาสูงจะให้ความสำคัญต่อค่านิยมทุกด้านที่รวมถึงด้านปัจจัยภายนอกด้วย จึงสรุปได้ว่าระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด

2.3 ระดับการศึกษา : พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความเอาใจใส่และด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านมากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีการศึกษาสูง อาจเคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากต่างประเทศพอสมควร ซึ่งในต่างประเทศการบริการของบริษัทเป็นที่รู้จักแพร่หลาย ซึ่งสอดคล้องกับ รัชยา กุลวานิชไชยพันธ์ (2535: 68) ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ตามนโยบายประกันสังคม พบว่าผู้ประกันตนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีความพึงพอใจต่อบริการบริการด้านความสะดวก และมี

สิ่งอำนวยความสะดวกและค่าใช้จ่ายที่เสียไปต่ำกว่าผู้ประกันตนที่มีระดับการศึกษารอง ๆ ลงไปจึงสรุปได้ ซึ่งอาจเป็นเพราะบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะให้ความสำคัญกับเวลา ความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป ดังนั้นย่อมคาดหวังที่จะได้รับบริการที่รวดเร็วทันเวลา จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด

2.4 รายได้ : พบว่า ลูกค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกันโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความเอาใจใส่ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เพราะสำหรับบุคคลแล้วเหตุผลหลักในการทำงานคือการได้มาซึ่งเงินเดือน ค่าตอบแทน หรือรายได้ ซึ่งบุคคลจะมองเห็นงานเป็นส่วนที่ช่วยทำให้ได้มีความมั่นคงปลอดภัยต่อตนเองและครอบครัว ซึ่งตรงกับประเทือง จันทรสุข (2540: 36) ได้กล่าวว่ารายได้เป็นสิ่งที่องค์การตอบแทนให้แก่บุคคลที่ปฏิบัติงานในองค์การ ซึ่งบุคคลที่ปฏิบัติงานนั้นก็ย่อมที่จะหวังต่อสิ่งตอบแทนเหล่านี้ เมื่อบุคคลได้รับค่าตอบแทนมากย่อมทำให้มีความตั้งใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น โดยสามารถที่จะบ่งบอกเป็นตัวเลขที่วัดและเปรียบเทียบกับคนในองค์การอื่นที่ปฏิบัติงานในลักษณะเดียวกันกับตน ผลที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบจึงสามารถเป็นได้ทั้งกำลังใจและความท้อใจสำหรับบุคลากรที่ปฏิบัติงาน จึงสรุปได้ว่ารายได้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี. - ดีแมก (ที) จำกัด

2.5 ตำแหน่งงาน : พบว่า ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความต้องการในการรับบริการโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยลูกค้าที่มีตำแหน่งงานระดับผู้บริหาร ระดับผู้จัดการ ระดับหัวหน้าส่วน ระดับหัวหน้าแผนกมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าในตำแหน่งพนักงาน อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับหัวหน้างาน อาจเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่อื่นมาก่อน เช่น ในต่างประเทศหรือบริษัทอื่น ๆ ประกอบกับความเป็นสากล ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับหัวหน้างานอาจได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารมาจากบริษัทประกอบการเดินทางไปดูงานในต่างประเทศ ทำให้รับทราบข้อมูลดังกล่าว และการบริการของบริษัทในประเทศไทยก็ไม่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจและทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทในระดับมากกว่าลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับธุรการที่เป็นพนักงานในระดับทั่วไป ซึ่งมีอายุน้อย มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าและอาจยังไม่เคยรับบริการในลักษณะนี้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ รัชยา กุลวานิชไชยพันธ์ (2535: 68-69) ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ เรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อการบริการทางการแพทย์ตามนโยบายประกันสังคม พบว่า ผู้ประกันตนที่เคยมีประสบการณ์เคยใช้บริการที่อื่นมาก่อน มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าสูงกว่าผู้ประกันตนที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการรับบริการจากที่อื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเทสส์เลอร์และแมคคานิก (1975: 95-112) พบว่า ความพึงพอใจของบุคคลต่อบริการทางการแพทย์จะแตกต่างกันเนื่องจากความคาดหวังประสบการณ์ที่ได้รับมาไม่เหมือนกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผู้บริหารและผู้ให้บริการ

1. ผู้บริหารนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแนวทางการพัฒนางานด้านการบริการ โดยเฉพาะการให้บริการทั้ง 5 ด้านอย่างครบถ้วน โดยเน้นประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า
2. การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานและพนักงาน โดยส่งเสริมสนับสนุน ให้ได้รับโอกาสทางการศึกษา การฝึกอบรม การสัมมนา สร้างแรงจูงใจในการให้บริการ
3. ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการให้บริการ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถพัฒนาการให้บริการได้อย่างยั่งยืน เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดค่านิยมในการทำงานที่ดี โดยอาจกำหนดหลักการปฏิบัติ ได้แก่ การปลูกฝังค่านิยมในการทำงานให้แก่ผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาแนวทางที่สำคัญเพื่อปรับปรุงการบริการด้านความถูกต้องครบถ้วนของงานบริการ และด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการสำหรับลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำงานต่ำกว่า 1 ปี ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางให้เพิ่มขึ้นจนอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ถึงมากที่สุด และสามารถรักษามาตรฐานของการทำงานที่ทำได้ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การใช้ SPSS For Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.

พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิติมา ปรีดีดิลก. (2524). ทฤษฎีบริหารองค์การ,ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์.

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รศ.ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.พิมพ์ครั้งที่ 9,

บริษัท เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธ์พัฒนา จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. (2541). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์ม.

และไซเท็กซ์.

----- (2546). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชรรมสาร.

บุษบง กุญแจนาค. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของธนาคารเพื่อ

การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร (ธกส.) สาขาเพชรบุรี. ปรินญาณิพนธ์ กสม.

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สมิต สัจฉกร. (2550). ศิลปะการให้บริการ. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ: สายธาร.

ปรีดาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2544). จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล. พิมพ์ดีจำกัด.

เดิมศักดิ์ คทวณิช. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดจิตวิทยาการบริการ. (2543). “เอกสารการสอนชุดจิตวิทยาการ

บริการ”.

กระทรวงสาธารณสุข. (2551). รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลของศูนย์พึ่งได้ปี 2547-2550.

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ.

นาฏยา พิเศษ. (2546). การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของ

พนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร:

สารนิพนธ์ กสม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

เบญจวรรณ เนตรเข็ม.(2541).ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานของพยาบาลวิชาชีพ

สังกัดกระทรวงสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลในจังหวัดสมุทรสาคร :

ปรินญาณิพนธ์ กสม. (จิตวิทยาพัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.

ขนิษฐา วิเศษสาร และมุกดา ศรียงค์. (2535). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. คณะครุ

ศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพฯ.

- ตรีพร ชุมศรี. (2545). การศึกษาแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองของพยาบาลในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. ปริญญาโท กศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ณัฐานันท์ ศวิตชาติ. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริการโครงการธนาคารประชาชน กรณีศึกษารธนาคารออมสิน สาขาหางลิ้ง. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นฤมล มงคลแท้. (2550). การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการในการปฏิบัติงานของ พนักงานราชการ สำนักอำนวยการ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน . สารนิพนธ์ กศม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พงศ์ หรดาล. (2540). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น. กรุงเทพฯ.
- เพ็ญศรี วายวานนท์. (2537). การจัดการทรัพยากรคน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพฯ.
- ประเสริฐ กวินพัทธ์. (2546). ความพึงพอใจและความต้องการบอกต่อของผู้บริโภคภายหลัง การซื้อและใช้บริการของผลิตภัณฑ์สุขภัณฑ์คอตโต้ (COTTO) ในเขตกรุงเทพฯและ ปริมณฑล. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เรียม ศรีทอง. (2542). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพฯ: บริษัทเวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- โรงพยาบาลกลาง.(2551). แบบประเมินตนเองตามมาตรฐาน HA ส่วนที่ 1 ข้อมูลระดับหน่วยงาน.
- Vroom,W.H.(1964) **Work and Motivation**. New York: John Willey and Sons Inc.
- Kotlor,Phillip.(1997). **Marketing Management Analysis , Planning , Implementation and Control.9th ed**. New Jersey : a Simon & Schuster Company,
- Wolman,Benjamin B.(1973). **Dictionary of Behavioral Science** Van Nostand Reinheld Company.
- Bandura, A. (1986). **Social Foundation of Thought and Action : A Social Cognitive Theory**. New York : Harcourt, Brace, World, : 2-3.
- Cattell, Raymond B. (1970). **Personality and Motivation : Structure and Measurement**. New York: Harcourt,Brace, Word. : 2-3.
- Morris, Charles G. (1996). **Understanding Psychology.3 ed**. New York: Pretice-Hal.
- Ormrod, Jeannne Ellis. (1995). **Education Psychology : Principles and Application**. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Piaget, J. B. (1969). **The psychology of child**. New York: Weaver, Helen Basic Book.

Rouillard, Larrie A. (1995). **Goals and setting : Planning to succeed** . London: Kogan

Page. : 347

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจแบบสอบถาม

1. อาจารย์ ดร. มณฑิรา จารุเพ็ง
ภาควิชาจิตวิทยาการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร. สกล วรเจริญศรี
ภาควิชาจิตวิทยาการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. นายชาติรี ปรีชาชีวะวัฒน์
ผู้จัดการทั่วไป แผนกการบริการ
บริษัท เอ็ม.เอช.อี. – ดีแมก (ที) จำกัด

ภาคผนวก ข

**แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของผู้รับบริการจาก
บริษัท เอ็ม.เอส.อี - ดีแมก (ที) จำกัด**

แบบสอบถาม

การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัด

คำชี้แจง

ในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยนี้มีทั้งหมด 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการในการให้บริการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี ดีแมก (ที) จำกัด ผู้รับบริการสามารถแสดงความรู้สึกหรือความคิดเห็นได้อย่างอิสระคำตอบของผู้รับบริการไม่มีคำตอบใดถูกหรือผิด และไม่มีผลกระทบต่อผู้รับบริการแต่อย่างใด เพราะคำตอบทั้งหมดจะเก็บไว้เป็นความลับ แต่จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการให้บริการต่อไป

จึงขอความกรุณาให้ผู้รับบริการตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพความจริง ความรู้สึกที่แท้จริงของท่านมากที่สุดและโปรดตอบให้ครบทุกข้อ

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

พรพิมล คงฉิม

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามการวิจัย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [] หน้าข้อความดังกล่าว

1. เพศ แบ่งเป็น

- 1.1 () เพศชาย
1.2 () เพศหญิง

2. อายุแบ่งเป็น 4 ช่วง คือ

- 2.1 () ต่ำกว่า 20 ปี
2.2 () อายุ 20 – 30 ปี
2.3 () อายุ 31 – 40 ปี
2.4 () อายุ 40 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

- 3.1 () ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
3.2 () อนุปริญญา / ปวส.
3.3 () ปริญญาตรี
3.4 () สูงกว่าปริญญาตรี

4. ตำแหน่งงาน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 4.1 () พนักงาน
4.2 () หัวหน้างาน

5. ระยะเวลาในการทำงาน คือ

- 5.1 () ต่ำกว่า 1 ปี
5.2 () 1-5 ปี
5.3 () 6-10 ปี
5.4 () 10 ปีขึ้นไป

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบ่งเป็น

- 6.1 () รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท
6.2 () รายได้ 10,000 -20,000 บาท
6.3 () รายได้มากกว่า 20,000 ขึ้นไป

แบบสอบถามการวิจัย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของผู้รับบริการ

ต่อการให้บริการของนักสังคมสงเคราะห์ศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็กและสตรี

คำชี้แจง แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของผู้รับบริการ

ต่อการให้บริการ 4 ด้านโปรดอ่านข้อความแล้วทำเครื่องหมายถูก✓ ลงใน [] หน้าข้อความที่ตรงกับ

ความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียง 1 ช่องต่อ 1 ข้อคำถาม โดยแบ่งเป็น 5 ระดับได้แก่

มากที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความพึงพอใจและความต้องการของท่านมากที่สุด
มาก	หมายถึง	ตรงกับความพึงพอใจและความต้องการของท่านมาก
ปานกลาง	หมายถึง	ตรงกับความพึงพอใจและความต้องการของท่านปานกลาง
น้อย	หมายถึง	ตรงกับความพึงพอใจและความต้องการของท่านน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความพึงพอใจและความต้องการของท่านน้อยที่สุด

ระดับความพึงพอใจ					บริการ	ระดับความต้องการ				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
					1 การให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า					
					2 การแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า					
					3 การติดตามผลงานหลังจากให้บริการเสร็จสิ้น					
					4 การบันทึกผลหลังการให้บริการของใบรายงาน มีความถูกต้อง เรียบร้อย					
					5 การบริการมีการรับประกันด้วยมาตรฐานขององค์กร เช่น ISO 9001:2000 หรือรางวัลจากสถาบันต่างๆ					
					6. การให้สิ่งอำนวยความสะดวก ทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ					
					7. การได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้บริการ โดยอ้างอิงจากฐานลูกค้าที่ใช้บริการปัจจุบัน					

ระดับความพึงพอใจ					บริการ	ระดับความต้องการ				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
					8. การชี้แจงระเบียบหรือนโยบายที่บริษัทกำหนดไว้					
					9. การให้ความสำคัญค้ำค่าของงานบริการว่ามีความเหมาะสมกับการตัดสินใจ					
					10. ผู้ให้บริการมีความใส่ใจด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน					
					11. การกระจายสถานที่บริการ ทำเลที่ตั้งให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า					
					12. ลักษณะทางด้านกายภาพของผู้ให้บริการแสดงถึงความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน					
					13. การจัดเตรียมพนักงานผู้ให้บริการมีความเพียงพอแก่การบริการ					
					14. ผู้ให้บริการสามารถรับเรื่องไว้และดำเนินการให้ท่านอย่างจริงจัง					
					15. การให้ความสำคัญจดจำรายละเอียดของลูกค้า ได้แก่ ข้อมูลชื่อ หรือมีประวัติการซื้อ การให้บริการก่อนและหลังการขาย					
					16. พนักงานขายสามารถแนะนำเสนองานบริการได้ตรงตามความต้องการทั้งคุณภาพและปริมาณ					
					17. พนักงานผู้ให้บริการมีความมุ่งมั่นที่จะแก้ปัญหาให้ได้ตามความต้องการ					
					18. พนักงานผู้ให้บริการ หรือพนักงานขายมีการติดตามเรื่องของลูกค้าจนสำเร็จ					
					19. เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ของศูนย์บริการสามารถให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง รวมทั้งพูดจาด้วยน้ำเสียงไพเราะและชัดเจน					

ระดับความพึงพอใจ					บริการ	ระดับความต้องการ				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
					20 เจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถเสนอราคาได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง					
					21. พนักงานฝ่ายขายงานบริการสามารถเข้าพบท่านเพื่อนำเสนอทางเลือกการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว					
					22. การมาถึงสถานที่ปฏิบัติงานหลังจากลูกค้าแจ้งปัญหาได้อย่างรวดเร็ว					
					23. การกำหนดระยะเวลาการชำระค่าบริการรวมทั้งเอกสารแจ้งค่าบริการมีความเหมาะสม					

ภาคผนวก ค
แสดงคุณภาพเครื่องมือ

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามอายุของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	20- 30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
		3.10	3.54	3.63	3.53
ต่ำกว่า 20 ปี	3.10	-	0.44	0.53*	0.43
20 - 30 ปี	3.54		-	0.10	0.01
31 - 40 ปี	3.63			-	0.10
40 ปีขึ้นไป	3.53				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามอายุของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านรูปลักษณ์องค์กรและผู้ให้บริการเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	20- 30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
		3.33	3.42	3.57	3.45
ต่ำกว่า 20 ปี	3.33	-	0.08	0.24	0.12
20 - 30 ปี	3.42		-	0.16*	0.04
31 - 40 ปี	3.57			-	0.12
40 ปีขึ้นไป	3.45				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามอายุของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านความเอาใจใส่เป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	20- 30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
			3.60	3.56	3.72
ต่ำกว่า 20 ปี	3.60	-	0.04	0.12	0.04
20 - 30 ปี	3.56		-	0.16*	0.01
31 - 40 ปี	3.72			-	0.17
40 ปีขึ้นไป	3.56				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามอายุของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านภาพรวมเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	20- 30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
			3.37	3.52	3.64
ต่ำกว่า 20 ปี	3.37	-	0.15	0.27	0.14
20 - 30 ปี	3.52		-	0.13*	0.01
31 - 40 ปี	3.64			-	0.13
40 ปีขึ้นไป	3.51				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามอายุของผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	20- 30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
		4.50	4.26	4.15	4.52
ต่ำกว่า 20 ปี	4.50	-	0.24	0.35	0.03
20 - 30 ปี	4.26		-	0.10	0.27*
31 - 40 ปี	4.15			-	0.37**
40 ปีขึ้นไป	4.52				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 29 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเป็นรายคู่

ความพึงพอใจ	\bar{X}	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอน ปลาย	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี
		-	3.41	3.60	3.59
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ มัธยมศึกษาตอน ปลาย	-	-	-	-	-
อนุปริญญา/ปวส.	3.41		-	0.19*	0.18
ปริญญาตรี	3.60			-	0.01
สูงกว่าปริญญาตรี	3.59				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ด้านความเอาใจใส่ เป็นรายคู่

ความพึงพอใจ	\bar{X}	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		-	3.44	3.65	3.71
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ มัธยมศึกษาตอนปลาย	-	-	-	-	-
อนุปริญญา/ปวส.	3.44		-	0.21**	0.26*
ปริญญาตรี	3.65			-	0.06
สูงกว่าปริญญาตรี	3.71				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน ด้านความเอาใจใส่เป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

ระยะเวลาในการทำงาน	\bar{X}	ต่ำกว่า 1 ปี	1- 5 ปี	6-10 ปี	10 ปีขึ้นไป
		3.37	3.53	3.72	3.60
ต่ำกว่า 1 ปี	3.37	-	0.16	0.36*	0.23
1- 5 ปี	3.53		-	0.19**	0.07
6-10 ปี	3.72			-	0.13
10 ปีขึ้นไป	3.60				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการเป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

ระยะเวลาในการทำงาน	\bar{X}	ต่ำกว่า 1 ปี	1- 5 ปี	6-10 ปี	10 ปีขึ้นไป
		3.20	3.49	3.56	3.52
ต่ำกว่า 1 ปี	3.20	-	0.29	0.36*	0.32*
1- 5 ปี	3.49		-	0.08	0.03
6-10 ปี	3.56			-	0.04
10 ปีขึ้นไป	3.52				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน ด้านภาพรวมเป็นรายคู่จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

ระยะเวลาในการทำงาน	\bar{X}	ต่ำกว่า 1 ปี	1- 5 ปี	6-10 ปี	10 ปีขึ้นไป
		3.39	3.50	3.62	3.56
ต่ำกว่า 1 ปี	3.39	-	0.11	0.23*	0.17
1- 5 ปี	3.50		-	0.12*	0.06
6-10 ปี	3.62			-	0.06
10 ปีขึ้นไป	3.56				-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ด้านความเอาใจใส่เป็นรายคู่จำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	\bar{X}	< 10,000	10,000 – 20,000	20,001 ขึ้นไป
		3.37	3.58	3.67
<10,000	3.37	-	0.20	0.30*
10,000 – 20,000	3.58		-	0.09
20,001 ขึ้นไป	3.67			-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	\bar{X}	< 10,000	10,000 – 20,000	20,001 ขึ้นไป
		4.00	4.35	4.34
<10,000	4.00	-	0.44**	0.45**
10,000 – 20,000	4.35		-	0.01
20,001 ขึ้นไป	4.34			-

** แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 36 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	\bar{X}	< 10,000	10,000 – 20,000	20,001 ขึ้นไป
		3.74	4.26	4.28
<10,000	3.74	-	0.52**	0.54**
10,000 – 20,000	4.26		-	0.02
20,001 ขึ้นไป	4.28			-

** แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 37 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ด้านความรวดเร็วในการให้บริการเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	\bar{X}	< 10,000	10,000 – 20,000	20,001 ขึ้นไป
		4.01	4.28	4.42
<10,000	4.01	-	0.19	0.33*
10,000 – 20,000	4.28		-	0.14
20,001 ขึ้นไป	4.42			-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 38 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นรายคู่จำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	\bar{X}	< 10,000	10,000 – 20,000	20,001 ขึ้นไป
		4.05	4.27	4.40
<10,000	4.05	-	0.23	0.36*
10,000 – 20,000	4.27		-	0.13
20,001 ขึ้นไป	4.40			-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 39 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ด้านความเอาใจใส่ เป็นรายคู่จำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	\bar{X}	< 10,000	10,000 – 20,000	20,001 ขึ้นไป
		4.00	4.35	4.33
<10,000	4.00	-	0.35*	0.34*
10,000 – 20,000	4.35		-	0.01
20,001 ขึ้นไป	4.33			-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัดโดยจำแนกตามผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ด้านภาพรวม เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	\bar{X}	< 10,000	10,000 – 20,000	20,001 ขึ้นไป
		3.95	4.30	4.36
<10,000	3.95	-	0.35*	0.40**
10,000 – 20,000	4.30		-	0.06
20,001 ขึ้นไป	4.36			-

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ภาคผนวก ง
แสดงคุณภาพของเครื่องมือ

ตาราง แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ(t)
1	.779
2	.782
3	.782
4	.777
5	.780
6	.776
7	.777
8	.779
9	.775
10	.786
11	.784
12	.783
13	.786
14	.777
15	.773
16	.785
17	.785
18	.775
19	.778
20	.787
21	.778
22	.778
23	.776

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .787

ตาราง แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (t) ของแบบสอบถามความต้องการของลูกค้า

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ(t)
1	.889
2	.890
3	.889
4	.888
5	.893
6	.888
7	.888
8	.890
9	.887
10	.890
11	.887
12	.888
13	.887
14	.888
15	.889
16	.889
17	.892
18	.888
19	.889
20	.890
21	.891
22	.890
23	.888

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .893

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อชื่อสกุล	พรพิมล คงฉิม
วันเดือนปีเกิด	28 กันยายน 2526
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	804 ซอยอรุณอมรินทร์ 30 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2541	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม
พ.ศ.2545	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร
พ.ศ.2554	การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม) จิตวิทยาการแนะแนว จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร