

ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ
บริษัท สหการประมูล จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
บุญศักดิ์ รามล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว
เมษายน 2553

ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ
บริษัท สหการประมูล จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
บุญศักดิ์ รามล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว

เมษายน 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ
บริษัท สหการประมูล จำกัด

บทคัดย่อ
ของ
บุญศักดิ์ รามล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว
เมษายน 2553

บุญศักดิ์ รามล. (2553). ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด. สารนิพนธ์ กศ.ม. (สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์:
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทนา วงษ์อินทร์

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 360 คน ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการประมูลรถยนต์ของ บริษัท สหการประมูล จำกัด ในช่วงเดือนสิงหาคม – ตุลาคม 2551 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัต ค่าทางสถิติแบบที่ ค่าความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2. ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมมีความต้องการให้ปรับปรุงอยู่ในระดับปานกลาง และรายด้านมีความต้องการให้ปรับปรุงด้านพนักงานให้บริการ และด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านประชาสัมพันธ์มีความต้องการให้ปรับปรุงอยู่ในระดับน้อย
3. ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีเพศ, อายุ, ภูมิลำเนา, อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน

CUSTOMERS' SATISFACTION AND NEEDS TOWARDS THE SERVICES OF
UNION AUCTION Co. Ltd.

AN ABSTRACT
BY
BOONSAK RAMOL

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

April 2010

Boonsak Ramol. (2010). *Customers' Satisfaction and Needs Towards the Services of Union Auction Co.Ltd.* Master Project, M.Ed. (Guidance and Counseling Psychology). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.
Master Project Advisor: Assist. Prof. Dr.Nanthana Wong-In.

The purpose of this research was to study and to compare the customers' satisfaction and needs towards the services of Union Auction Co. Ltd. with gender, age, domicile, occupation and income. The sample were 360 customers of Union Auction Co. Ltd. during August 2008 to October 2008. The research instrument was Satisfaction and Needs Towards the Services Questionnaire. The data was analyzed by Percentage, Mean, Standard Deviation, Cronbach's Alpha, t-test, One way analysis of variance.

The results of the study were as follows :

1. The customers' satisfaction towards the services of Union Auction Co. Ltd. as a whole and in each aspect were in the high level.
2. The customers' needs towards the services of Union Auction Co. Ltd. as a whole were in average level. While considered in each aspect found that: the staff services aspect, and the place services aspect were in average level but the public relation services aspect was in low level.
3. The customers with different gender, age, domicile, occupation and income had non significant differences in satisfaction and needs toward services of Union Auction Co. Ltd.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากหลายบุคคลและหลายหน่วยงาน ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อาจารย์ ดร.มณฑิรา จารุเพ็ง และอาจารย์ ดร. สกกล วรเจริญศรี กรรมการสอบสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ และอาจารย์ ดร.กิตติมา ไกรพิรพรรณ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ให้ความรู้ คำแนะนำที่ดี ในการปฏิบัติงาน ตลอดจนแนวความคิดต่าง ๆ รวมทั้งช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และช่วยตรวจแก้ไขข้อบกพร่องในการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นพลังส่วนหนึ่งที่เสริมให้ผู้วิจัยได้มองเห็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้จนประสบความสำเร็จด้วยดี

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายของ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่อำนวยความสะดวกในการจัดหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิจัย

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ทำให้การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ คุณค่าและประโยชน์ที่พึงมีของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชา พระคุณมารดา ที่เคารพบูชายิ่ง และบูรพาจารย์ทุกท่าน

บุญศักดิ์ รามล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
สมมติฐานในการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	7
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ.....	11
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการ.....	14
ประวัติความเป็นมาของบริษัท สหการประมูล จำกัด.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
แหล่งข้อมูล.....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ)	
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด.....	44
ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด.....	49
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	55
สรุปผลการวิจัย.....	56
อภิปรายผล	57
ข้อเสนอแนะ.....	60
บรรณานุกรม.....	62
ภาคผนวก.....	69
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	88

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	41
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	41
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค.....	42
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	42
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	43
6 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้าน.....	44
7 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ ประมูล จำกัด ด้านพนักงานให้บริการ	45
8 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ ประมูล จำกัด ด้านอาคารสถานที่	46
9 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ ประมูล จำกัด ด้านประชาสัมพันธ์	47
10 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด จำแนกตามเพศ.....	48
11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อการให้บริการ ในการประมูลรถยนต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด จำแนกตามกลุ่มอายุอายุ ภูมิสำเนา, อาชีพ และรายได้.....	48
12 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้าน.....	49
13 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ด้านพนักงานให้บริการ	50
14 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ด้านอาคารสถานที่	51

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ด้านประชาสัมพันธ์	52
16 เปรียบเทียบความต้องการต่อการให้ปรับปรุงบริการในการประมูลรถยนต์ตาม สถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด จำแนกตามเพศ.....	53
17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการต่อการให้ปรับปรุงบริการใน การประมูลรถยนต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด จำแนกตามกลุ่มอายุอายุ ภูมิลำเนา, อาชีพ และรายได้.....	53

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีการพัฒนาประเทศและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นสภาพความเป็นอยู่ การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยม โดยเฉพาะอริยธรรมตะวันตกที่เข้ามาอย่างรวดเร็วตลอดจนความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาในหลายๆด้าน ให้เกิดการพัฒนาประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในทุกๆด้าน (วิชัย ตันศิริ. 2536: 1-9) สินค้า การขาย และการบริการ ความพอใจเป็นสิ่งที่สำคัญต่อธุรกิจที่จำเป็นต้องเอื้ออาทรกับลูกค้า และความเอื้ออาทรนั้นแสดงออกตรงที่การให้บริการลูกค้าเกิดความพอใจและธุรกิจที่ดีต้องมีสินค้าที่ดีและเหนือสิ่งอื่นใดต้องมีการบริการที่ดีด้วย เพราะการบริการที่ดีจะทำให้ธุรกิจสามารถพัฒนาให้มีศักยภาพถึงจุดสูงสุด (โคโอะสึเกะ อ่างถึงในวีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์.2542: 2)

การบริการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นพิเศษในงานด้านต่างๆ เพราะบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใดๆที่ปราศจากบริการทั้งในภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดๆก็ต้องการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ยิ่งเป็นธุรกิจบริการ ตัวบริการนั่นเอง คือ สินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดี ธุรกิจการค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ “ขายซ้ำ” คือ ต้องรักษาลูกค้าเดิม และเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ทำให้เกิดการขายซ้ำแล้วซ้ำอีกและชักนำให้มีลูกค้าใหม่ๆตามมา เป็นความจริงว่า “เราสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ละตัวได้ แต่การพัฒนาคุณภาพบริการต้องทำพร้อมกันทั้งองค์การ” การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์การจะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่งหรือสูญเสียลูกค้าไป (สมิต สัชฌกร. 2548: 19)

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association: AMA) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “บริการ” หมายถึง กิจกรรม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพอใจให้แก่ผู้รับได้ การบริการไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการอื่น ๆ การบริการอาจจะใช้สินค้าหรือไม่ใช้สินค้าเป็นองค์ประกอบก็ได้ และหากมีการใช้สินค้าเป็นองค์ประกอบ ก็จะไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้านั้นไปให้ผู้ใช้บริการ การบริการในภาคเอกชนมุ่งถึงผลตอบแทนที่จะได้รับทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เอกชนดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของความอยู่รอดและความเจริญรุ่งเรือง ดังนั้นการให้บริการซึ่งต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่าย จึงต้องพิจารณาควบคู่ไปกับการจัดรายการคืนทุน ถ้าให้บริการแล้วไม่มีผลตอบแทน เอกชนย่อมไม่สามารถจะดำเนินการได้ เพราะเอกชนไม่มีอำนาจเรียกเก็บภาษีจากประชาชนมาเป็นงบประมาณรายจ่าย

ในฐานะที่บริษัทสหการประมูลจำกัด เป็นผู้นำในธุรกิจประมูลซื้อขายรถยนต์มือสองของประเทศไทย ขอยืนยันความโปร่งใสทุกขั้นตอนในการประมูล เนื่องจากบริการของบริษัท สหการประมูล จำกัด เป็นแห่งแรกของเมืองไทย และรายได้ 2 ของเอเชียที่ได้รับการยอมรับการให้บริการ และได้สมาชิกขององค์กรผู้ประกอบการธุรกิจประมูลระดับสากล NAAA (National Auto Auction Association) จึงขอให้ลูกค้าได้มั่นใจว่าการประมูลของบริษัทสหการประมูลจำกัดทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดรวมทั้งสาขาคลอง 8 เราตั้งใจให้บริการมาตรฐานเดียวกันกับองค์กรสากล (ตลาดบ้าน 26 กุมภาพันธ์ - 4 มีนาคม 2549)

ดังนั้นผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของผู้ใช้บริการบริษัท สหการประมูล จำกัด จึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด ด้านพนักงานบริการ ด้านอาคารสถานที่ และด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการของบริษัท สหการประมูล จำกัด ให้มีประสิทธิภาพสู่ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า สมดังเจตนารมณ์ของผู้บริหารทุกระดับและพนักงานทุกคนตั้งเป้าหมายไว้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของบริษัท สหการประมูล จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของบริษัท สหการประมูล จำกัด จำแนกตาม เพศ, อายุ, ภูมิลำเนา, อาชีพ และรายได้

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ให้ทราบถึงความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการ การประมูลรถยนต์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางดำเนินการพัฒนาปรับปรุงในการให้บริการต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพสู่ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า สมดังเจตนารมณ์ของผู้บริหารทุกระดับและพนักงานทุกคนตั้งเป้าหมายไว้

ขอบเขตการวิจัย

ประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของบริษัท สหการประมูล จำกัด ที่เข้าร่วมประมูลรถยนต์ ในวันพฤหัสบดี วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ในช่วงเวลา 10.00-13.00 นาฬิกา

กลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท สหการประมูล จำกัด ที่ได้ประมูลรถยนต์ช่วงระยะเวลา 90 วัน ในช่วงเดือน สิงหาคม – ตุลาคม 51 ที่ทำการประมูลรถยนต์ โดยในระยะเวลา 90 วัน มีการประมูลทั้งสิ้น 36 ครั้ง โดยจะดำเนินการเก็บข้อมูลทุกครั้งที่มีการประมูล ให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามครบสมบูรณ์ 10 คนต่อครั้ง จนครบ 36 ครั้ง รวมจำนวน 360 คน โดยสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้าที่มีการใช้บริการจาก บริษัท สหการประมูล จำกัด และอยู่ในการประมูลไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

1.1.2 อายุ

- น้อยกว่า 20 ปี
- 21-30 ปี
- 31-40 ปี
- 41 ปีขึ้นไป

1.1.3 ภูมิลำเนา

- กรุงเทพฯและปริมณฑล
- ภาคกลาง
- ภาคใต้
- ภาคเหนือ
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ภาคตะวันออก

1.1.4 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
- ข้าราชการ
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจส่วนตัว
- พนักงานบริษัท
- อื่น ๆ

1.1.5 รายได้

- น้อยกว่า 10,000 บาท
- 10,000 – 15,000 บาท
- 15,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 30,000 บาท
- 30,001 – 50,000 บาท
- 50,000 บาทขึ้นไป

2. ตัวแปรตาม แบ่งได้ดังนี้

2.1 ความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ดังนี้

2.1.1 ด้านพนักงานบริการ

2.1.2 ด้านอาคารสถานที่

2.1.3 ด้านประชาสัมพันธ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อขั้นตอนการให้บริการในการประมูลรถยนต์ หมายถึง กระบวนการในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการที่ถูกต้องตามขั้นตอน และเหมาะสมกับ ระยะเวลาที่กำหนดไว้ในกฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติของการให้บริการ คือการที่ลูกค้าได้มาใช้ บริการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ได้แก่ ความรู้สึกที่พึงพอใจและความประทับใจ หรือความรู้สึกที่มีทั้งด้านบวกและด้านลบในการให้บริการ ดังนี้

1.1 ความพึงพอใจด้านพนักงานบริการ หมายถึง ลูกค้าได้รับความพึงพอใจด้าน การต้อนรับของพนักงานอยู่ในระดับใด ได้แก่ บุคลิกลักษณะท่าทางของพนักงาน กิริยามารยาท ความสุภาพ อธิบายและทำให้ความเป็นกันเองการรับฟังลูกค้า ความพร้อมและรวดเร็วในการ ให้บริการ การอธิบายข้อมูลการประมูล

1.2 ความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่ หมายถึง ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้าน สถานที่ที่ให้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด เกี่ยวกับที่จอดรถสำหรับลูกค้า

1.3 ความพึงพอใจในด้านประชาสัมพันธ์ หมายถึง การที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัทสหการประมูล จำกัด ได้แก่ ความพึงพอใจในด้านประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ รวดเร็ว มีความทันสมัยมีการตอบแก้ไขปัญหาลูกค้าได้

2. ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ หมายถึง สิ่งที่น่าหวังหรือความต้องการของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการ การประมูลรถยนต์ บริษัทสหการประมูล จำกัด ได้แก่ ความต้องการในด้านพนักงานบริการ อาคารสถานที่ และประชาสัมพันธ์

3. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

3.1 เพศ หมายถึง ชาย /หญิง ที่มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด

3.2 อายุ หมายถึง กลุ่มอายุของผู้มาใช้บริการ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ อายุน้อยกว่า 20 ปี, อายุ 21-30 ปี, อายุ 31-40 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป

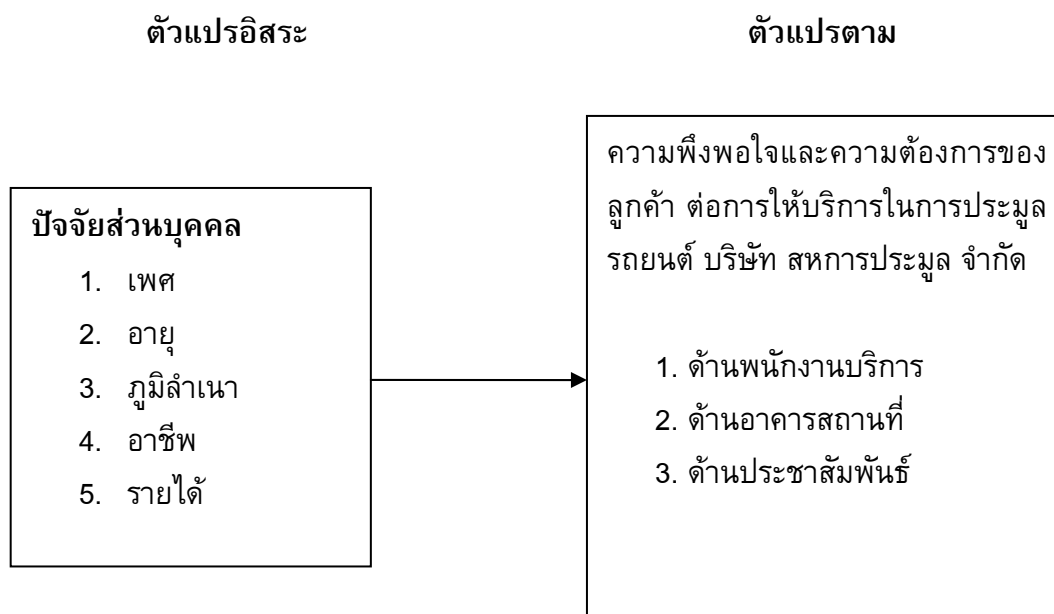
3.3 ภูมิลำเนา หมายถึง ที่อยู่ในภูมิภาคของประเทศไทยของลูกค้าที่มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัทสหการประมูล จำกัด แบ่งเป็น กรุงเทพฯและปริมณฑล, ภาคกลาง, ภาคใต้, ภาคเหนือ, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก

3.4 อาชีพ หมายถึง ลูกค้าที่มาใช้บริการ แบ่งเป็น อาชีพนักเรียน/นักศึกษา, อาชีพข้าราชการ, อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ, อาชีพธุรกิจส่วนตัว, อาชีพพนักงานบริษัท, และอาชีพอื่น ๆ

3.5 รายได้ หมายถึง รายได้ของลูกค้าที่มาใช้บริการ แบ่งเป็น รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท, รายได้ 10,000 – 15,000 บาท, 15,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 50,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถามในการวิจัย โดยผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภคของคอตเลอร์ (Kotler. 2003) ในการทำวิจัยสามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้



สมมุติฐานในการวิจัย

ลูกค้าที่มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีเพศ, อายุ, ภูมิลำเนา, อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัดแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการประมูลรถยนต์ของบริษัท สหการประมูล จำกัด ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ
3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
- 4 ประวัติความเป็นมาของบริษัท สหการประมูล จำกัด
- 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 56 - 58) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการ และคาดหวัง ความพึงพอใจเป็นความชอบของแต่ละบุคคลซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน อาจเนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษา ทางด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมความพึงพอใจของมนุษย์เป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด (Tension) หรือความกระวนกระวาย (Discomfort) หรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพ (Unequilibrium) ในร่างกายเมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไปได้แล้ว มนุษย์ย่อมจะได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนเองต้องการ

ความพึงพอใจ และทัศนะว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุข หรือ ความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่า ความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

อาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกทางบวกที่เกิดขึ้นจากการประเมินการบริการ เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองและได้รับความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Need) (สมิต สัชฌกร. 2542 : 10 ; อ้างอิงจาก Maslow. 1954) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของ Maslow (Abraham H. Maslow) ซึ่งได้กล่าวไว้ มนุษย์ทุกคน ล้วนแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเอง ทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์นี้มีมากมายหลายอย่างด้วยกัน โดยที่มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นสูง ๆ ถ้าความต้องการในขั้นต้น ๆ ได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจเสียก่อน

1. มาสโลว์ ได้กล่าวถึงความต้องการของบุคคลตาม ลำดับขั้นไว้ดังนี้

1.1 บุคคลย่อมมีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่เกิดจนตาย

1.2 ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจในพฤติกรรมอย่างอื่นอีก ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจในพฤติกรรมของบุคคล

1.3 ความต้องการของบุคคลแต่ละบุคคลจะเรียงลำดับความสำคัญ จากความต้องการขั้นพื้นฐานจนถึงความต้องการขั้นสูงสุดเรียกว่า "ลำดับขั้นของความต้องการ" เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วบุคคลก็จะให้ความสนใจกับความต้องการระดับสูงขึ้นต่อไป

1.4 ลำดับขั้นของความต้องการของ Maslow ได้แบ่งลำดับขั้นความต้องการของบุคคลเป็น 5 ระดับตามความสำคัญ ดังนี้

1.4.1 ความต้องการทางสรีระวิทยา เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการพักผ่อน ความต้องการออกกำลังกาย เป็นต้น

1.4.2 ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการแสวงความมั่นคงปลอดภัยในการดำรงชีวิตและอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม

1.4.3 ความต้องการความรักและการยอมรับ เป็นความต้องการทางสังคมที่อยากให้มีคนเอาใจใส่ แสดงความรัก ความห่วงใย และยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

1.4.4 ความต้องการการยกย่องนับถือ เป็นความต้องการดีเด่นในความสามารถของบุคคล อยากให้ผู้อื่นเห็นความสามารถของตน และยกย่องให้เกียรติ

1.4.5 ความต้องการความสำเร็จสูงสุดในชีวิต เป็นความต้องการขั้นสูงสุด ซึ่งเป็นความต้องการรู้จักและเข้าใจในตนเองด้วยความพยายามผลักดันชีวิตตนเองไปในทางที่คาดหวังให้ดีที่สุด

อาจกล่าวได้ว่า มนุษย์ทุกคนต่างมีความต้องการ ซึ่งความต้องการแต่ละขั้นอาจได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังมากหรือน้อยต่างกัน

2. ทฤษฎีแมคเคลนแลนด (McClelland Motivation Theory)

แมคเคลนแลนด ได้ศึกษาความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

2.1 ความต้องการความสำเร็จ (Needs for Achievement)

2.2 ความต้องการมีอำนาจ (Needs for Power)

2.3 ความต้องการความสัมพันธ์ (Needs for Affiliation)

ความต้องการความสำเร็จหรือที่เรียกกันว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง มีความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเยี่ยม พยายามจะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ มีความสบายใจเมื่อประสบผลสำเร็จ และมีความวิตกกังวลเมื่อประสบความล้มเหลว บุคคลพวกนี้สนใจตำแหน่งผู้บริหาร อย่างไรก็ตามมนุษย์ทุกคนจะมีความต้องการ 3 ประเภท เพียงแต่ความต้องการแต่ละประเภทแตกต่างกัน

3. ทฤษฎี ERG Model

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierachy Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ชนิด คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538 : 70)

3.1 ความต้องการเพื่อคงชีวิตรอด (Existence Needs) ซึ่งรวมถึงความต้องการสิ่งของและความต้องการต่าง ๆ ของร่างกาย เช่น อาหาร น้ำ เงิน และสภาพการที่ดีในการทำงาน เป็นต้น ความต้องการชนิดนี้สามารถเทียบได้กับความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) และความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ของมาสโลว์นั่นเอง

3.2 ความต้องการสัมพันธ์ไมตรี (Relatedness Needs) หมายถึงความต้องการที่อยากจะเกี่ยวข้องกับผู้อื่น เช่นผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หรือผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นต้น ซึ่งความต้องการชนิดนี้ของอันเดอร์เฟอร์เป็นการรวมลักษณะของความต้องการทางสังคม (Social Needs) และความต้องการมีเกียรติยศ และมีคุณค่า (Esteem Needs) ของมาสโลว์เอาไว้

3.3 ความต้องการเจริญงอกงาม (Growth Needs) หมายถึง ความต้องการมีความคิดสร้างสรรค์หรือได้รับประโยชน์จากตนเอง และสิ่งแวดล้อม บุคคลจะเกิดความพึงพอใจในความต้องการนี้เมื่อเขาได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ และได้พัฒนาความสามารถของตนเอง ความต้องการชนิดสุดท้ายของอันเดอร์เฟอร์นี้ เป็นลักษณะของการรวมความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ในส่วน of ความต้องการมีเกียรติยศ และมีคุณค่า (Esteem Needs) และความต้องการประจักษ์แจ้งในตนเอง (Self-Actualization Needs) ไว้ด้วยกัน

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย ในที่นี้คือความ

การวัดความพึงพอใจ

บุญเรียง ขจรศิลป์ (2543: 27) ให้ทัศนะเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหรือทัศนคติหรือเจตคติ เป็นนามธรรมเป็นการแสดงออกก่อนเข้าซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรงแต่เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยอ้อมซึ่งจะทำได้โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตจำกัดด้วยอาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดจากบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนนี้อาจเกิดขึ้นได้เป็นธรรมชาติของการวัดทั่ว ๆ ไปโดยเสนอว่าเทคนิคของ Likert เป็นแบบหนึ่งที่สามารถเทียบสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง และได้เพิ่มเติมว่าสามารถวัดทัศนคติได้เกือบทุกเรื่องและให้ค่าที่เที่ยงตรงสูง สำหรับมาตรฐานการวัดความพึงพอใจจริง ๆ นั้นกระทำได้โดยวิธีการดังกล่าวต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถามเป็นวิธีการวัดที่นิยมแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยขอรับรองผู้ที่เราต้องการให้แสดงความคิดเห็นในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระคำถามที่ถามอาจจะถามเกี่ยวกับเรื่องการบริหาร ความสัมพันธ์ สวัสดิการขององค์กรที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ หรืออื่น ๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาข้อสรุปที่แน่นอนต่อไป

2. วัดโดยการสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่ต้องใช้เทคนิคและการวางอุบายอย่างมาก มิฉะนั้นจะได้คำตอบซึ่งมีความไม่เที่ยงตรงหรือไม่มีผล

3. การสังเกต วิธีนี้ไม่ค่อยแพร่หลาย และไม่สามารถทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานมาก ๆ คงทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานไม่มากนัก ซึ่งวิธีนี้ผู้สังเกตต้องใช้ความพยายามอย่างสูงและต้องใช้เวลาความถี่ในการสังเกตอย่างทั่วถึง

แวนร่า (Vavra. 1992: 58) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะมีขอบเขตเท่า ๆ กับความคาดหวังของลูกค้าได้ก็ต่อเมื่อมีผลประโยชน์ที่เป็นจริง (Actual Benefit) เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ปัญหาอยู่ที่ความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริงหรือไม่ หรือเป็นเพียงอุดมคติเท่านั้น ส่วนปัญหาของบริษัท คือ จะสามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุดได้อย่างไรโดยมีต้องมีการเพิ่มทุนมากจนเกินไป

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ

ความต้องการ (Needs) ได้มีผู้กล่าวถึงในทฤษฎีที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำเสนอไว้โดยสังเขป ดังนี้

ฟังก์ และแวกเนลล์ (ประเทือง สุงสุวรรณ. 2534: 20 ; อ้างอิงจาก Funk and Wagnalls 1958: 53) ได้กล่าวถึงความต้องการต่อการกระทำหรือสถานการณ์ ว่าเป็นความเชื่อมั่นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งน่าจะมีน่าจะเป็นอย่างที่เกิดขึ้นได้

แนดเลอร์ (Nadler. 1990: 54) ได้กล่าวว่าลักษณะของแต่ละบุคคล เช่น ภูมิหลัง ประสบการณ์ การศึกษา การฝึกอบรม ทักษะ และอายุ เป็นต้น มีผลทำให้บุคคลมีทัศนคติ ความต้องการ หรือความคาดหวังแตกต่างกัน ในขณะเดียวกัน สิ่งแวดล้อมของตน เช่น ลักษณะของผู้นำระบบการจ่ายค่าตอบแทน ก็มีผลต่อความคาดหวังของบุคคลด้วย

ประเทือง สุงสุวรรณ. (2534: 20 ; อ้างอิงจาก Clay. 1980: 44) กล่าวถึง ความต้องการต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่าเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี หรือเป็นความมุ่งหวังที่ดีงามเป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มุ่งหวังไว้

นิวเฟลด์ (Neufeld. 1989: 24) ได้ให้ความหมายของความ ต้องการว่าเป็นการค้นหาไปข้างหน้าคาดหมายทำก่อนผู้อื่นหรือล่วงหน้า อาจเป็นการค้นคว้าว่ากำลังจะมาถึงเหมาะสมหรือจำเป็นได้รับการมองล่วงหน้าที่ตั้งตาอยู่ หรือความ น่าจะเป็นเป็นสิ่งที่ปรากฏระยะเวลา เป็นต้น ของบางสิ่งราวกับเป็นตัวบังชี้อโดยหลักสถิติ

ไพทอร์ย์ เจริญพันธุ์วงศ์ (2540: 103) ได้ให้คำจำกัดความของความ ต้องการว่าเป็น ความรู้สึกของบุคคลต่อตนเองอย่างหนึ่งว่า ตนเองควรจะประพฤติปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือต่องานที่ตนเองรับผิดชอบอยู่ ความคิดดังกล่าวรวมไปถึงการคิดถึงบุคคลอื่นด้วย

สุรางค์ ไคว้ตระกูล (2552: 29) กล่าวว่า ความต้องการยังอาจเป็นการทำนายเหตุการณ์ว่าจะมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง ความต้องการจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ๆ มักจะไม่ตรงกันเสมอไป

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ความต้องการ หมายถึง ผลลัพธ์ที่ลูกค้านึกว่าจะเกิดขึ้นได้จากการคาดคะเนหรือคิดอย่างมีวิจาร์ณญาณในการปรับปรุงการให้บริการประมุขรยยนต์ของ บริษัท สหการประมูล จำกัด ตามความพึงพอใจทางด้านบริการ

ทฤษฎีความต้องการ

ทฤษฎี (Expectancy Theory) หรือ (VIE Theory) ของวรูม(Vroom) มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ (ชนัญญา มหาพรหม. 2537: 6)

1. ความจูง (Valence) หมายถึง ความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์(Outcomes) ของการกระทำที่เกิดจากการทำงาน ระดับความพอใจที่บุคคลคาดหวังจะมาจากการให้คุณค่าต่อการทำงานถ้าเป็นงานที่มีคุณค่าสูง ก็จะมีค่าความพึงพอใจสูงมากตามด้วย

2. (Instrumentality) หมายถึง เครื่องมือ วิธีการในการเชื่อมโยงผลลัพธ์ อย่างหนึ่งไปสู่อะไรอย่างหนึ่ง หรือกล่าวได้ว่า เป็นวิธีการที่บุคคลเชื่อว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ ที่น่าพอใจ (Valence) ที่จะนำไปสู่เป้าหมาย (Goal) ที่ตั้งใจไว้

3. (Expectancy) เป็นความต้องการภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคลที่มีความต้องการ และมีความต้องการในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องพยายามกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามความต้องการ บุคคลจะได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกันก็จะต้องการในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ

เพชรี หลาภ (2538: 12) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการว่าเป็นทฤษฎีที่จะช่วยในการตัดสินใจในการกระทำ เพราะบางครั้ง บุคคลจำเป็นต้อง ตัดสินใจเพื่อเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรืออันใดอันหนึ่งในกรณีที่เกิดความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน ข้อพิจารณาในการตัดสินใจ เกี่ยวเนื่องกับความคาดหวังมี 2 ประการ คือ

1. พิจารณาเป้าหมายที่จะไปสู่สิ่งที่มีคุณค่ามากน้อยเพียงไร (Valence)

2. พิจารณาว่าเป็นสิ่งที่กระทำตามความต้องการให้ไปถึงจุดหมายได้เพียงไร (Expectancy)

ความสัมพันธ์ทั้ง 2 ประการนี้ จะเป็นองค์ประกอบหรือตัวชี้แห่งความสำเร็จ ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจของแต่ละคน ในการเลือกกระทำหรือไม่กระทำในสิ่งที่ต้องการไว้ในการทำงานต่าง ๆ บุคคลจะมีการตั้งจุดมุ่งหมายหรือคาดหวังเพื่อจะนำไปสู่ความสำเร็จตามที่บุคคลหวังเอาไว้

ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ

แนดเลอร์ (Nadler. 1990: 56) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะของแต่ละบุคคล เช่น ภูมิหลัง ประสบการณ์ การศึกษา การฝึกอบรม ทักษะ และอายุ มีผลทำให้บุคคลมีทัศนคติความต้องการ หรือความต้องการแตกต่างกัน ในขณะเดียวกันสิ่งแวดล้อมของงาน เช่น ลักษณะผู้นำ ระบบการจ่ายค่าตอบแทน ก็มีผลต่อความคาดหวังของบุคคลด้วย

ทรวงทิพย์ วงศ์พันธ์ (2541: 32) ได้ศึกษาลักษณะของผู้รับบริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้รับบริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มารับบริการและเหตุจูงใจในการมารับบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความต้องการของบุคคล ทำให้มีความคาดหวังแตกต่างกันออกไป ซึ่งจากการศึกษาของ ชิชฌนกร พรภาณวิชัย (2540: 72) พบว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติแตกต่างกัน แต่ผลการศึกษาของประเทือง สูงสุวรรณ (2534: 64) ที่พบว่า ครูที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อสภาพแวดล้อมของโรงเรียนไม่แตกต่างกัน และการศึกษาของ คธา เกษรมาลา (2537: 67) ก็พบว่า กลุ่มข้าราชการตำรวจชั้นประทวน ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการในวิชาชีพตำรวจไม่ต่างกัน

จำนวนครั้งที่มารับบริการ เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การได้รับบริการที่ผ่านมา ซึ่งมีผล ต่อความต้องการของผู้รับบริการตามแนวความคิดของ จอห์นสัน และเลย์ท์ (Johnson and Lyth. 1991: 181-182) ที่กล่าวว่า ความต้องการของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับเกิดจากประสบการณ์การได้รับบริการที่ผ่านมา ถ้าผู้รับบริการพึงพอใจก็จะกลับมารับบริการอีก ซึ่ง นันทวัน เหลี่ยมปรีชา (2538: 25) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ให้บริการแต่ละคนมีแบบและวิธีการในการให้บริการที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นบริการจากคน ๆ เดียวกัน แต่ถ้าต่างวาระกันก็จะให้บริการไม่เหมือนกัน ถ้าผลของการบริการออกมาไม่ดี ผู้รับบริการก็จะไม่พึงพอใจและก็จะไม่กลับมารับบริการอีก

ความต้องการของผู้มารับบริการก็เหมือนกับความต้องการของบุคคลทั่วไป เพราะเป็นมนุษย์มีชีวิต จิตใจ อารมณ์ มีความรู้สึกนึกคิด และความต้องการเฉพาะตนที่แตกต่างกัน ความต้องการของผู้มารับบริการที่ร้องขอเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ป่วยได้รับ และอาจรวมถึงความต้องการที่คาดหวังว่าจะเป็นประโยชน์แก่สมาชิกในครอบครัว

เนื่องด้วยความต้องการเป็นสภาวะทางจิตอย่างหนึ่งของบุคคล ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นด้วยวิจรรย์ญาณเกี่ยวกับการคาดคะเน หรือคาดการณ์ล่วงหน้าถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าควรจะมี ควรจะเป็นหรือควรเกิดขึ้น ตามความจำเป็น ความเหมาะสมต่อสถานภาพหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ดังนั้น การวัดความต้องการจึงคล้ายกับการวัดความคิดเห็นโดยสามารถใช้วิธีการแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert scale) หรือการประมาณค่าได้เช่นกัน

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

มีผู้ให้ความหมายของการบริการ ดังนี้

การบริการ (Service) คือ กระบวนการในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ดังนั้น การบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจบริการ โดยเข้าถึงในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และตอบสนองลูกค้าด้วยบริการที่เป็นเลิศ ได้มีผู้ให้ความหมายของการบริการไว้ ดังนี้

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539: 3) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ สิ่งที่จับต้องไม่ได้ เป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการและส่งมอบสู่ผู้รับบริการ เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ ทันทัน หรือในเวลาเกือบจะทันที่ทันใดที่มีการให้บริการนั้น

สุมนา อยู่โพธิ์ (2532: 48) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ที่เสนอเพื่อขายและสนองความพอใจแก่ลูกค้า หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2541: 35) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การที่จะดำเนินธุรกิจทางด้านบริการให้ชนะคู่แข่งขั้นได้นั้น จะต้องมีการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่องมากกว่าคู่แข่ง และเกินกว่าที่ลูกค้าต้องการไว้โดยสิ่งที่ลูกค้าต้องการนั้นจะได้จากประสบการณ์ต่าง ๆ ของลูกค้าในอดีต การบอกต่อปากต่อปาก และการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการลูกค้าจะเปรียบเทียบการบริการที่ลูกค้าได้รับ กับการบริการที่ลูกค้าต้องการ ถ้าการบริการลูกค้าได้รับต่ำกว่าการบริการที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้าจะขาดความสนใจในตัวผู้ให้บริการแต่ถ้าการบริการที่ลูกค้าได้รับเท่ากับหรือเกินกว่าที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้าก็มักจะใช้บริการจากผู้ให้บริการอีกครั้ง

กล่าวโดยสรุป กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นมีความต้องการไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

ความสำคัญของการบริการ

ทรายทอง วรรณพิศิษฐ และปภาดา กันทะอินทร์ (2546: 5-7) ได้กล่าวว่า ความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการต่าง ๆ

หลากหลายมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องรีบเร่งและแข่งขันตลอดเวลาทั้งในด้านการดำรงชีวิต และการงานอาชีพ ทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาผู้อื่นช่วยเหลือจัดการเรื่องต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไป เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข กล่าวคือ

1.1 ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่พบเห็นขณะนี้มีอยู่มากมายในรูปแบบของการจัดการการบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า บริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของบริการแต่ละประเภท และเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุดเพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจตามอัตภาพของแต่ละบุคคล

1.2 ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการนั้น ซึ่งประสิทธิภาพของการบริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและมีความสุข ทั้งการให้บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการจะต้องไม่ยุ่งยาก อำนวยความสะดวกสบายและสนองตอบสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการได้อย่างแท้จริง

2. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว มาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การดำเนินกิจการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่น ๆ ได้โดยเฉพาะผลกำไรและภาพพจน์ของการบริการ กล่าวคือ

2.1.1 ช่วยเพิ่มกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ การบริการที่ดีจะเป็นตัวสร้าง ผลกำไรระยะยาวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้า คุณภาพของการบริการจึงบอกถึงความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งได้ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค ซึ่งก็คือผลกำไรที่ตามมานั่นเอง

2.1.2 ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจการดำเนินธุรกิจแทบทุกประเภทการบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับทุกขั้นตอนของการติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ไม่ว่าจะบริการนั้นจะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือไม่ก็ตาม เริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสาร หรือคำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อประกอบการตัดสินใจซื้อ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่ และเห็นความสำคัญของผู้ซื้อตลอดระยะเวลาการให้บริการ และการเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการและความต้องการของผู้ซื้อหรือลูกค้า สิ่งเหล่านี้ย่อมสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้า ซึ่งจะมีส่วนทำให้ลูกค้าตัดสินใจและเกิดการพูดกันต่อ ๆ ไปในกลุ่มลูกค้า (Words of Mouth) เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ของธุรกิจดังกล่าวให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

2.1.3 ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจธุรกิจใดที่คำนึงถึงความสำคัญของการบริการ และส่งเสริมการบริการที่ดีมีคุณภาพ ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเมื่อลูกค้าแน่ใจว่าสินค้าหรือบริการที่เขาจะตัดสินใจซื้อจะมีการบริการที่ดีกว่าสินค้าหรือบริการ

2.1.4 ช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจการหมุนเวียนเข้าออก

ของพนักงานพบว่ามีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก กล่าวคือ การให้บริการที่ดีย่อมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและรักษาลูกค้าให้ผูกพันกับธุรกิจนั้นนาน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรสูงและสามารถจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานในอัตราสูงได้ พนักงานก็จะเกิดความพึงพอใจไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปทำงานที่อื่น แต่ในทางกลับกัน หากธุรกิจเสนอบริการที่ไม่ดี ทำให้ลูกค้าไม่พอใจและเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่ดีกว่า ธุรกิจย่อมประสบความล้มเหลวและส่งผลให้พนักงานไม่พอใจจนกระทั่งลาออกได้ จะเห็นได้ว่า การบริการมีส่วนสำคัญต่อการรักษาพนักงานให้ทำงานกับกิจการนั้นนาน ๆ หรือในทำนองเดียวกัน พนักงานก็มีบทบาทสำคัญในการเสนอบริการที่มีคุณภาพ การประกอบธุรกิจบริการดังกล่าวจึงประสบผลสำเร็จ

2.2 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวทางอุตสาหกรรมบริการในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดงานบริการเพิ่มขึ้นในหลายสาขาอาชีพจนเติบโตขึ้นเป็นธุรกิจบริการต่าง ๆ มากมาย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการการบริการของผู้บริโภค ซึ่งมีแนวโน้มหลากหลายมากขึ้น การประกอบอาชีพบริการจึงเป็นอาชีพสำคัญในตลาดแรงงานและทำรายได้ดี กล่าวคือ

2.2.1 ช่วยให้มืออาชีพ และรายได้ธุรกิจบริการตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานบริการในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ทำให้มีการฝึกอบรมพนักงานแต่ละคนให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรและสามารถจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงานได้ งานบริการเป็นอาชีพที่สุจริตที่ทำให้มีรายได้ที่ดีพอสมควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของงานบริการ และความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะฝึกฝนและพัฒนาตนเอง

2.2.2 ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขายโดยทั่วไปลูกค้ามักมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ค่อนข้างจำกัดในแง่ของเทคโนโลยีการผลิตหรือประสิทธิภาพการใช้งานของสินค้าต่าง ๆ แต่ลูกค้าจะทราบเงื่อนไขการบริการต่าง ๆ ที่ผู้ขายเสนอให้และสามารถนำมาเปรียบเทียบประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการได้ทันที โอกาสที่ผู้ขายหรือพนักงานบริการจะขายสินค้าหรือบริการทำได้ง่ายและสะดวกขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการโน้มน้าวจิตใจลูกค้าการบริการนับว่าเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค และการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งหลาย ผู้บริโภคทุกวันนี้จำเป็นต้องพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ มากมายในการจัดการวิถีชีวิตประจำวันให้เป็นไปอย่างปกติสุข การแข่งขันทางเศรษฐกิจให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกในตลาดการค้าเสรี ทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริการอย่างจริงจัง จึงจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จในที่สุด

ลักษณะของการบริการที่ดี

สุมนา อยู่โพธิ์ (2532: 48-61) ได้กล่าวว่า การบริการมีลักษณะสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะได้รับบริการ

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่น ๆ ให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายของบริการอยู่ในวงจำกัดในระยะเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร โดยที่ในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมดูแลคุณภาพที่ได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการรวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้าโดยเน้นการรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้าทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish Ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ๆ ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

หลักการให้บริการ

สมิต สัจฉกร (2542: 173 – 174) ได้ให้ความคิดเห็นถึงแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ และหลักการให้บริการว่า การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้การช่วยเหลือ การทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเรา ผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโดยทั่วไป หลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง ดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ

การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

คุณภาพ คือ ความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณค่าของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ ครบถ้วน

การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการ และความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะถ้าหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขออภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์

การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้า หรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้า และสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

สมิต สัชฌุกร (2542: 174 – 176) ได้กล่าวว่า การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปนิสัย และอารมณ์แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปมีดังนี้

1. ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจ และเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะเกิดเป็นผลด้านดี

2. ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาการรีบร้อน จึงต้องการความช่วยเหลือที่ทันอกทันใจการแสดงออกอย่างสุภาพในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุขและความพอใจ

3. ทำถูกต้อง ดังได้กล่าวไว้ในหลักของการให้บริการว่า การให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์จะเป็นการสนองตอบความต้องการ และทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดเจน การบริการที่ดีจึงต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องที่จะรับบริการที่ดี หรือเหนือกว่าผู้อื่นหากเราแสดงออกให้คนต่าง ๆ เห็นว่าเราให้บริการให้เป็นพิเศษ แก่คนบางคนก็เท่ากับไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความพอใจให้แก่บุคคลเพียงคนเดียว

5. ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่าเมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองความต้องการ ให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็จะเกิดความปิติ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจลักษณะเด่น ๆ ของบริการที่ดีตามที่อธิบายข้างต้น เป็นลักษณะพื้นฐานหลายสิ่งหลายอย่างที่อาจช่วยส่งเสริมให้เกิดบริการที่ดีได้ยิ่ง ๆ ขึ้นอีก เช่น การแสดงอริยาไต่ที่ดีของผู้ให้บริการความสุภาพน่ารัก และความเอาใจใส่ติดตามเรื่องการช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ความซื่อสัตย์การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น

การบริการ และคุณภาพของการบริการ

พิมพ์ชนก ศันสนีย์ (2540: 31) ได้กล่าวว่า การให้บริการลูกค้า (Customer Service) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และตลาด เพื่อให้แน่ใจว่าจะเกิดความสัมพันธ์ระยะยาวที่ทุกฝ่ายต่างก็ได้รับประโยชน์ร่วมกัน และเพื่อเป็นการช่วยเสริมการทำงานเป็นส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ ของกิจการด้วย ในปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ กำลังหันมาให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้ามากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญหลายประการ เช่น ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า และสถานการณ์ในการแข่งขัน

คุณภาพการบริการ“คุณภาพ” (Quality) แบ่งออกได้เป็นหลายประเภทตามความยากง่ายในการประเมินผลิตภัณฑ์ และบริการของลูกค้า และการพิจารณาจากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหรือกระบวนการในการให้บริการเป็นหลัก แต่ไม่ว่าเราจะแบ่งประเภทของคุณภาพด้วยหลักการอย่างไรก็ตามคุณภาพจะต้องถูกกำหนดขึ้นจากความคิดเห็นของลูกค้า จากการศึกษาวิจัยพบว่า“คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality = PSQ) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของกิจการ

พิมพ์ชนก ศันสนีย์ (2540: 14) แสดงทัศนะว่า การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการและความพึงพอใจนั้น เป็นผลลัพธ์ของการประเมินของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการ โดยขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการบริการที่ต้องการ และการบริการที่ได้รับ หากการบริการที่ได้รับเป็นไปตามหรือสูงกว่าความต้องการ ผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจ และประเมินว่าการบริการนั้นมีคุณภาพสูง ดังนั้นความแตกต่างของการบริการที่ต้องการและการบริการที่ได้รับจึงแบ่งออกเป็น 5 ประการ ที่เป็นสาเหตุของการให้บริการที่ล้มเหลว ได้แก่

1. ความแตกต่างระหว่างความต้องการของผู้บริโภคกับการรับรู้ของฝ่ายบริหาร
ในบางครั้งผู้บริหารไม่อาจทราบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการต่อการบริการขององค์กรอย่างไรและอาจไม่ทราบว่า การให้บริการหนึ่ง ๆ ควรลักษณะอย่างไรจึงจะสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

2. ความแตกต่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหารกับ การกำหนดมาตรฐานของการให้บริการ ผู้บริหารอาจจะมีการรับรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคแล้วว่าอะไรคือสิ่งที่จะทำให้การบริการมีคุณภาพ แต่อาจมีปัญหาก่อขึ้นจากข้อจำกัดหลาย ๆ ด้าน เช่น ข้อจำกัดในด้านทรัพยากร บุคลากร สภาพการตลาดและความบกพร่องของฝ่ายบริหารเอง

3. ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานของการให้บริการกับการให้บริการจริง ถึงแม้ว่าจะมีการกำหนดมาตรฐานตลอดจนแนวทางต่าง ๆ ในการให้บริการแต่การบริการอาจจะมีคุณภาพเพียงพอปัญหานั้นอาจเกิดมาจากการปฏิบัติงานของบุคลากรที่มีหน้าที่ในการให้บริการปฏิบัติงานไม่ได้ตามมาตรฐานหรือขาดความสม่ำเสมอ

4. ความแตกต่างระหว่างการให้บริการจริง กับการโฆษณาประชาสัมพันธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลอดจนการสื่อสารต่าง ๆ ต่อผู้บริโภคในลักษณะที่เกินจริงโดยไม่สามารถให้การบริการ หรือปฏิบัติตามคำโฆษณาที่ได้สื่อสารออกไปได้และอาจเกิดจากการประชาสัมพันธ์ไม่พอเพียงจึงไม่เข้าถึงผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่ดีขององค์กร

5. ความแตกต่างระหว่างการบริการที่ต้องการ กับการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค จากการสัมภาษณ์แบบจำกัดประเด็น (Focus Group Interview) ในกลุ่มผู้ใช้บริการพบว่าคุณภาพของการบริการที่ผู้บริโภคต้องการ คือ การที่องค์กรสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคได้และยังให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ในการแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต หากองค์กรไม่สามารถให้การบริการอย่างสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคจะส่งผลให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังในการบริการและรับรู้ของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 35) ได้กล่าวว่า การสร้างบริการให้เกิดคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมีลักษณะดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่ที่ให้แก่ลูกค้า ด้านเวลา คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถการเข้าถึงลูกค้า

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

3. สมรรถนะ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และวิจารณ์ญาติ
 5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในการบริการ โดยการเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
 6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง
 7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานต้องให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
 8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ
 9. การสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (Tangible) บริการที่ลูกค้าจะได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้
 10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2542: 44) ได้กล่าวว่า การจัดการระบบบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยให้ผู้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ให้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการและความต้องการให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น หากผู้ให้บริการ (ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ) สามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ และสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดี ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

ดังนั้น คุณภาพของการบริหารการบริการและการให้บริการของพนักงานบริการ นับเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของการบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับการวางแผนการบริการที่ต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ และการพัฒนาคุณลักษณะของพนักงานบริการที่ดีได้แก่ การเป็นผู้มีจิตสำนึกของการให้บริการ รวมทั้งการมีความรู้ ความสามารถ เจตคติ ตลอดจนบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานบริการ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่ดีก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีควรละเลย การจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ ให้สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกสบาย สวยงาม และมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัยสำหรับให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ รวมทั้งบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการ จะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของการบริการที่สร้างความรู้สึกที่ดี และความพึงพอใจของการบริการทุกระดับ

2. ความต้องการของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กร หรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะต้องการที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความต้องการพื้นฐาน และรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความต้องการที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะต้องการการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพ และแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าต้องการไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ เช่น ความต้องการของคนไข้ที่รอให้แพทย์มาตรวจเช็คอาการป่วยย่อมแตกต่างจากความต้องการของวัยรุ่นที่ยืนรอเข้าแถวเพื่อขึ้นเรือเหาะในสวนสนุกเพราะคนไข้รู้สึกไม่สบายก็จะต้องการให้ได้รับบริการที่รวดเร็วและเอาใจใส่อย่างดีเป็นพิเศษ

ผู้ให้บริการควรมีการวิจัยตลาดเกี่ยวกับความต้องการ การรับรู้ การจงใจ และเจตคติ รวมทั้งพฤติกรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จะช่วยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจากงานบริการหรือความต้องการการบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการให้สามารถดำเนินไปอย่างราบรื่น

3. ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่เป็นที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อน และไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริการหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากรรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจก็จะทำให้ผู้รับบริการพอใจและรู้สึกประทับใจ เช่น เมื่อลูกค้าเข้าไปร้านเสริมสวย เพื่อทำผมหากเจ้าของร้านปล่อยให้ลูกค้าต้องรออยู่เป็นเวลานานเกินกว่าเหตุ เพราะมีช่างและอุปกรณ์น้อยต้องทำผมให้ทีละคนจนเสร็จ จึงจะลงมือทำให้คนต่อไปได้ ย่อมทำให้ลูกค้าเบื่อและไม่อยากมารับบริการอีกต่อไป ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มารับบริการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Value) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบ และถูกใจกับบริการที่ได้รับย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ อาชีพบริการมีลักษณะต่าง ๆ กัน และมีวิธีการที่ไม่เหมือนกัน คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ เช่น ลูกค้าเข้าไปในภัตตาคารแห่งหนึ่ง พนักงานเสิร์ฟให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ รับคำสั่งและนำอาหารมาเสิร์ฟถูกต้อง ไม่ต้องรอนาน อาหารมีรสชาติดี โต๊ะอาหารถูกจัดไว้อย่างสวยงามด้วยอุปกรณ์เข้าชุดกัน มีเสียงดนตรีเบา ๆ ภายในภัตตาคารตกแต่งอย่างทันสมัย ไม่แออัดและสะอาดเรียบร้อย หลังจากจ่ายเงินค่าบริการลูกค้าไม่มีความรู้สึกเสียดายเงินที่จ่ายไป และตั้งใจว่าจะ

5. ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน การเอาอกเอาใจเฉพาะลูกค้าที่ซื้อสินค้าครั้งละมาก ๆ หรือลูกค้าที่มีฐานะดีแต่งตัวดีโดยไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้าอื่น ย่อมทำให้ลูกค้านั้นรับรู้ถึงการปฏิบัติที่แตกต่างกันนี้ และอาจไม่พอใจที่จะมาเป็นลูกค้าอีกต่อไปได้

ดังนั้น การปฏิบัติต่อลูกค้าจะต้องสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติลูกค้าตลอดเวลาในกรณีที่ลูกค้ามาขอรับบริการพร้อมกันหลายคน ควรให้การบริการตามลำดับก่อนหลังในลักษณะที่ใครมาก่อนจะได้รับการบริการก่อน โดยไม่ด่วนตัดสินลูกค้าจากเพียงรูปโฉมเหลือกำลังซื้อเท่านั้น ผู้ให้บริการจะต้องทราบเทคนิคการให้บริการที่เหมาะสมและเรียนรู้ พฤติกรรมของลูกค้าในการให้ความสนใจได้อย่างเหมาะสมด้วย

6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงอัธยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมการบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิก สง่างาม มีชีวิตชีวา ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการมีทักษะ และจิตสำนึกของการให้บริการ

นอกจากนี้การพิถีพิถันจัดการสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้กับผู้รับบริการ เช่น การช่วยหิ้วกระเป๋าหรือถือสิ่งของที่ลูกค้าหอบพะรุงพะรัง การเรียกชื่อแขกที่มาพักในโรงแรมได้ถูกต้องการจัดวางดอกไม้หรือการ์ดอวยพรเล็ก ๆ เขียนคำขวัญวางไว้บนหมอน การยื่นของให้แขกด้วยกิริยานอบน้อมสุภาพ และการเสิร์ฟน้ำเย็น ๆ หรือบริการผ้าเย็นสำหรับต้อนรับแขกที่เข้ามาใช้บริการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้แสดงถึงความเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิด และด้วยน้ำใจของการบริการ

7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างมีระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” (Service Theme) หรือแผนในการให้บริการ และการพัฒนากลยุทธ์การบริการ เพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการปฏิบัติตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการ นำมากำหนดเป้าหมายของการบริการรวมทั้งรูปแบบ และปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการโดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย ซึ่งบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจใน

การปฏิบัติงานที่ดีของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

จุฬาลักษณ์ ช่างคำ และคณะ (2547: 26) ได้กล่าวว่า หน้าทีของผู้ให้บริการที่ดี มีดังนี้

1. ความสะอาด สถานที่ทำงาน พื้นอาคาร โต๊ะ ห้องน้ำ เครื่องมือ เครื่องใช้ ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่ทำให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ต้องหมั่นทำความสะอาด เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ศรัทธา และดึงดูดความสนใจ

2. การตรงต่อเวลา ในการปฏิบัติหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานควรมาถึงก่อนเวลาเริ่มงานเพื่อเตรียมการปฏิบัติงานให้ทันเวลา เวลาเลิกงานก็ต้องรักษาให้ตรงเวลา ไม่ควรให้ผู้มาติดต่อ เสียเวลารอคอย และถ้ามีเหตุขัดข้องก็ต้องแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบ

3. การแต่งกาย ผู้ให้บริการต้องแต่งกายสุภาพหรือแต่งกายตามระเบียบของหน่วยงานที่วางไว้ ต้องสุภาพและสะอาด เป็นที่น่าชื่นชมแก่ผู้มาติดต่อ

4. กริยามารยาทและการต้อนรับ ควรต้อนรับผู้ให้บริการด้วยกริยามารยาทที่ดี ซึ่งจะก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานได้ทางหนึ่ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายติดต่อกับผู้ให้บริการจำนวนมาก ต้องระวังในเรื่องนี้อย่างดี

5. น้ำเสียง เจ้าหน้าที่พนักงานบางคนที่มีเสียงห้วนห้าว ต้องรู้จักใช้คำลงท้ายที่สุภาพ เช่น ครับ หรือค่ะ ลงท้าย จะก่อให้เกิดไมตรีแก่ผู้มาติดต่อ

สมิต สัชฌุกร (2543: 23-31) ได้กล่าวไว้ว่า คุณสมบัติ (Qualification) คือ ลักษณะประจำตัว ซึ่งบุคคลต้องมีก่อนที่จะได้มาซึ่งสิทธิหรือตำแหน่ง การพิจารณาว่า ผู้ใดมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานใดหมายถึง จะทำงานได้ดีในหน้าที่อะไร อาจพิจารณาจากลักษณะประจำตัวของผู้นั้น ลักษณะประจำตัวของผู้ที่ทำงานบริการได้ดี อาจพิจารณาจากองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการได้แก่

1. คุณลักษณะ (Trait) หมายถึง สิ่งที่ดีให้เห็นความดี อาจเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นจากภายนอก เช่น ร่างกายรูปร่าง เป็นต้น หรืออาจเป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในใจ เช่น จิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด เป็นต้นคุณลักษณะที่ดี ย่อมนำมาซึ่งผลดี ซึ่งเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องมีเพื่อให้เกิดคุณสมบัติครบถ้วน

2. พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดและความรู้สึก โดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำของบุคคล ผู้ใดมีความคิดและความรู้สึกที่ดี ก็จะมีการกระทำที่ดี พฤติกรรมที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดี จึงนับเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องมี เพื่อให้เกิดคุณสมบัติเช่นเดียวกับคุณลักษณะดังได้กล่าวมาแล้ว

คุณสมบัติของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี ดังนี้

1. มีจิตใจรักงานบริการ คนเราจะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยความสมัครใจทุ่มเทแรงกายแรงใจให้แก่สิ่งนั้น ย่อมเกิดจากความมีใจรักเป็นทุนเดิม ดังจะเห็นได้จากการที่เราให้เวลา ให้ความเอาใจใส่สนใจกับงานอดิเรกไม่ว่าจะเป็นงานเขียนหนังสือ งานปลูกต้นไม้ หรืองานเก็บสะสมสิ่งของหายาก จึงต้องใช้ความมุ่งมั่นมานะเพียรพยายามเป็นพิเศษมากกว่างานปกติในหน้าที่ประจำ ซึ่งเป็นงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำไม่ได้เกิดจากความสมัครใจ เว้นเสียแต่งานในหน้าที่ เป็นงานที่เรารัก เราชอบ เรานัด เราก็จะเกิดความสมัครใจทำ ซึ่งจะเป็นผลให้เราเอาใจใส่ต่องานนั้น งานบริการก็เช่นกัน ผู้ซึ่งจะทำได้ดีจะต้องมีใจรักและชอบงานบริการ

2. มีความรู้ในงานที่จะบริการ งานบริการต้องการความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ผู้ซึ่งจะทำงานบริการในเรื่องใดจำเป็นจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในงานที่ตนจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องแท้จริงมิฉะนั้นจะก่อให้เกิดความผิดพลาด ตกหล่น เสียหายแก่งานบริการนั้นๆ ได้ ผู้ที่จะทำงานบริการในแต่ละงาน จึงต้องขวนขวายหาความรู้ในงานเฉพาะนั้นให้รู้แจ้ง รู้จริงอย่างถ่องแท้ เพื่อให้มีคุณลักษณะเพียงพอแก่การเป็นผู้ให้บริการในงานที่ตนรับผิดชอบ

3. มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ เหตุผลที่ว่า ผู้ทำงานบริการจำเป็นต้องรู้ในตัวสินค้า หรือบริการที่ตนจะเป็นผู้ให้บริการเพราะการให้ความรู้และสารสนเทศ (Information) เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการเป็นส่วนสำคัญของงานบริการและเป็นงานบริการขั้นพื้นฐานที่ทุกคนจะต้องทำในแต่ละหน้าที่ หากผู้ทำงานบริการไม่มีความรู้ในตัวสินค้าและบริการแล้ว ก็ไม่สามารถจะอธิบายหรือให้คำชี้แจงเป็นการช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการได้

4. มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติตน ผู้ทำงานบริการจะต้องติดต่อสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับคนต่างๆ มากหน้าหลายตา การวางตนเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นพันธะผูกพันต่อผลให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พอใจ ก็ย่อมจะส่งผลเสียต่องานบริการได้ การปฏิบัติตนเป็นเรื่องที่ต้องระมัดระวังทั้งด้านกายและวาจา เนื่องจากเป็นสิ่งปรากฏให้เห็นได้ง่ายทั้งจากการแต่งกาย การแสดงกิริยามารยาท การพูด การสื่อสารที่ใช้ถ้อยคำและไม่ใช้ถ้อยคำ แต่เป็นภาษาที่ทำให้เกิดความเข้าใจได้ต่างๆ กัน

5. มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ ผู้ใดที่ขาดความรับผิดชอบ ย่อมไม่อาจทำงานใดให้สำเร็จได้เพราะความรับผิดชอบย่อมจะไม่ผูกพันตนต่อผลของการกระทำ อาจเพิกเฉยละเลยต่อสิ่งที่ควรทำเพื่อให้เกิดผลดีต่องานบริการไม่เอาใจใส่ต่อการปฏิบัติหน้าที่ในการให้บริการ หรือทำ

6. มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ในด้านการตลาด การขาย และงานบริการ เราปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการด้วยการยกย่องว่า “ลูกค้าคือพระราชาราช” เท่านั้นยังไม่พอ ยังมีคนยกย่องว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า” และไม่ว่าลูกค้าจะเป็นอย่างไร เรายังต้องยอมตั้งสมมติฐานว่า “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” ทั้งนี้ก็เพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการอย่างดีที่สุด เมื่อใดก็ตามที่ผู้ใช้บริการมีการผูกพันต่อผลของการกระทำหรือพันธกิจที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการยอมเป็นหลักประกันได้ว่าจะมีการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพราะจะระมัดระวังที่จะสร้างความพอใจ และสนองตอบความต้องการของลูกค้าอย่างสอดคล้องถูกต้องและครบถ้วน

7. มีทัศนคติต่องานบริการดี การบริการในความหมายก็บ่งบอกแล้วว่าเป็นการให้ความช่วยเหลือ ผู้ทำงานบริการจึงต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ชอบและเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่น ก็ไม่อาจจะทำงานบริการให้เป็นผลดีได้ ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดของผู้ทำงานบริการเป็นอันมาก ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดี ก็จะทำให้ความสำคัญต่องานบริการ และปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

8. มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา ผู้ทำงานบริการจะต้องมีสัมพันธทั้งโดยตรงและโดยทางอ้อมกับบุคคลต่างๆ ซึ่งมีภูมิหลังที่หลากหลายต่างกัน ผู้รับบริการส่วนใหญ่ก็มีการติดต่อสัมพันธ์ด้วยตามปกติ แต่บางคนอาจนำปัญหามาให้ผู้ทำงานบริการ ทั้งนี้เป็นปัญหาเกิดจากด้านผู้รับบริการทำขึ้น เพราะนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ผิดวิธีหรือทำให้เกิดการแตกหักเสียหายด้วยความพลั้งพลาดของตนเอง บางกรณีที่เกิดจากฝ่ายผู้ให้บริการคนอื่นๆ หรือคนในหน่วยงานเดียวกันส่งมอบสินค้าด้วยคุณภาพ ผิดเวลาส่งมอบดำเนินการล่าช้าในการให้บริการหลังการขาย ล้วนเป็นปัญหาผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา หาสาเหตุที่แท้จริงให้พบ และคิดหาวิธีแก้ปัญหา เป็นทางเลือกหลายๆ ทางและเลือกทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

พฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี มีดังนี้

1. อธิษาศัยดี ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการล้วนมีความคาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะให้การต้อนรับด้วยอริษาศัยอันดี ทั้งด้วยสีหน้าแววตา ท่าทาง และคำพูด การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มเป็นเสน่ห์ที่สำคัญมีภษษิตจีนกล่าวไว้ว่า “ยิ้มไม่เป็น อย่าค้าขายดีกว่า” การมองด้วยแววตาที่เป็นมิตรฉายแสงของความเต็มใจให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นเป็นลักษณะที่แสดงออกทางความคิดและความรู้สึกที่ดีท่าทางที่กระตือรือร้น กุสึกุจจ เป็นการสร้างความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบกัน

2. **มีมิตรไมตรี** ผู้ทำงานบริการที่มีการแสดงออกให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเห็นว่ามีมิตรไมตรีก็เป็นการชนะใจตั้งแต่ต้น ความมีมิตรไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นงานประเภทใด การให้บริการที่ดีบวกกับการให้ความช่วยเหลือเล็กๆ น้อยๆ ก่อให้เกิดความพอใจและความชื่นชมของลูกค้า ถ้าผู้ทำงานบริการแสดงถึงมิตรไมตรีและพร้อมจะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการ ก็จะเกิดมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการอย่างมั่นคงและเกิดมิตรภาพที่ยืนนาน

3. **เอาใจใส่สนใจงาน** ความมุ่งมั่นในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเอาใจใส่งานเป็นอย่างมากเพราะหากขาดความเอาใจใส่งานแล้ว ก็จะเพิกเฉยละเลยในการปฏิบัติงาน หรือทำงานไปเรื่อยๆ เฉื่อยๆเอาดีไม่ได้ การพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้ให้บริการที่มีความเอาใจใส่สนใจงานหรือไม่จะต้องดูว่ามีความจริงจิงในการทำงานมากน้อยเพียงใด บางคนอาจแสดงออกอย่างกระตือรือร้นต่อหน้าผู้บังคับบัญชา แต่พอลับตามผู้บังคับบัญชาแล้วก็เลิกสนใจงาน หันหลังให้ งานไม่คิดที่จะปรับปรุงพัฒนาให้เกิดความสะดวกในการบริการลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ไม่ดูแลในเรื่องความสะอาดของสถานที่และผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในวิสัยที่จะทำได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากแต่ให้ผล เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน

4. **แต่งกาย สุภาพ สะอาดเรียบร้อย** ผู้ทำงานบริการจะต้องมีบุคลิกภาพดี เพื่อให้เป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจของผู้รับบริการการแต่งกายที่ถูกกาลเทศะเหมาะสมทั้งต่อสถานที่ทำงาน และสถานภาพของหน่วยงาน จะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีจากผู้ติดต่อเกี่ยวข้องด้วย หากผู้ให้บริการแต่งกายสกปรกมีกลิ่นเหม็นคงไม่เป็นที่พอใจของผู้รับบริการและเกิดความรู้สึก สะอิดสะเอียน ในการคัดเลือกผู้มาทำงานบริการจึงต้องให้ความสำคัญกับการแต่งกายเป็นพิเศษ หากแต่งกายไม่สุภาพก็จะส่งผลถึงความไม่ใส่ใจความถูกต้องเหมาะสม

5. **กิริยาสุภาพ มารยาทงดงาม** ผู้ใช้บริการทุกคนต้องการติดต่อขอรับบริการจากผู้ซึ่งมีกิริยาสุภาพ และรังเกียจผู้ซึ่งมีกิริยาหยาบคายหรือหมิ่นทะเล้ง การที่มีผู้ทำงานบริการมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมจะเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาหรือภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน นอกจากมีกิริยาสุภาพแล้ว การแสดงออกถึงความมีมารยาทรู้จักที่สูงที่ต่ำ ที่ชอบที่ควร นับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ทำงานบริการ จะต้องตระหนักรู้และประพฤติปฏิบัติอย่างระมัดระวัง หากมีข้อผิดพลาดใดๆ เกิดขึ้นจะนำความเสียหายมาสู่หน่วยงานอย่างมาก

6. **วาจาสุภาพ** ไม่มีผู้รับบริการคนใดชอบการพูดกระโชกโฮกฮาก พูดหยาบคาย ก้าวร้าว ทุกคนล้วนต้องการคำพูดที่สุภาพฟังแล้วรื่นหู คนที่ไม่ยอมฟังความจริงว่าตนพูดไม่เข้าหู คน หรือคนเขารังเกียจที่จะฟัง จะได้รับการติฉินโดยทั่วไป การทำงานบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้เกิดความพึงพอใจ จึงต้องเป็นผู้มีวาจาสุภาพเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ การคัดเลือกผู้ทำงานบริการ จึงควรจะสัมภาษณ์เพื่อจะได้สนทนา ป้อนคำถามและฟังคำตอบว่า บุคคลใดมีการใช้ถ้อยคำอย่างไร วาจาสุภาพหรือไม่เพียงใด

7. **ควบคุมอารมณ์** ผู้ทำงานบริการจะต้องมีอารมณ์มั่นคง เพราะอยู่ในสถานการณ์ที่จะต้องพบปะผู้คนมากหน้าหลายตา ซึ่งมีภูมิหลังต่างๆ กัน ผู้รับบริการบางคนมีกิจกรรมยามที่ไม่ได้แสดงท่าทางหยิ่งยโส พุดจาโอหัง ก้าวร้าวหรือมีอุปนิสัยใจร้อนต้องการบริการที่รวดเร็วทันใจ เมื่อไม่ได้ตั้งใจอาจพูดตำหนิหรืออาจถึงขั้นขู่ตะคอกด้วยกิริยาหยาบคาย ในงานบริการไม่ว่าจะแสดงอารมณ์ตอบโต้ได้ ผู้ให้บริการจะต้องควบคุมอารมณ์ด้วยความอดทนอดกลั้น

8. **รับฟังและเต็มใจแก้ไขปัญหา** พฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ทำงานบริการ จะต้องสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือข้อร้องเรียนใดๆ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความสนใจรับฟังปัญหาเป็นเบื้องต้น จะด่วนบอกปิดหรือแสดงท่าทีไม่สนใจรับรู้ปัญหาย่อมไม่ได้ นอกจากแสดงความเอาใจใส่อย่างจริงจังแล้วจะต้องมีความรู้สึกเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก้ปัญหาดังกล่าวให้แก่ผู้ใช้บริการด้วย เพราะการที่ผู้ให้บริการเพียงแต่รับฟังปัญหาอย่างเดียวย่อมไม่เป็นการเพียงพอ ทั้งจะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าเป็นการรับฟังอย่างขอไปที แต่ถ้าเมื่อใดที่มีความกระตือรือร้นดำเนินการแก้ปัญหาก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

9. **กระตือรือร้น** อุปนิสัยที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้นเป็นพฤติกรรมที่ดีอย่างยิ่งในงานบริการ หากผู้ทำงานบริการเป็นคนเนิบเนื่อยเฉื่อยและแล้วยอมมีลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้บริการหมดศรัทธาและไม่คาดหวังที่จะได้รับบริการอย่างทันท่วงที บุคคลที่ขาดความกระตือรือร้น นอกจากจะทำให้ภาพลักษณ์ของงานบริการเสียไปแล้วยังจะเป็นผลทำให้การบริการล่าช้า และผิดเวลาหรือไม่ทันกำหนดที่ควรจะเป็น

10. **ซื่อสัตย์** การให้บริการจะต้องให้ความช่วยเหลืออย่างถูกต้องตรงไปตรงมาไม่บิดพลิ้วหรือใช้เล่ห์กลฉ้อฉล ผู้รับบริการทุกคนต้องการติดต่อสัมพันธ์กับคนซื่อสัตย์และรักษาคำพูด ไม่ชอบติดต่อกับคนพูดไปปดหมดเท็จ ตลบตะแลง ดังนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์รักษาคำพูด จึงเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้ใช้บริการ

กล่าวโดยสรุปคือ องค์กรใดสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เกินสิ่งที่คาดหวังจะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง เนื่องจากลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะเกิดความภักดีและกลับมาใช้บริการ นอกจากนั้น ลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการจะบอกต่อไปยังบุคคลอื่น โดยเป็นการประชาสัมพันธ์บอกต่อแบบปากต่อปากไปยังกลุ่มลูกค้าอื่นเปรียบเสมือนเป็นสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ และยิ่งช่วยสนับสนุนให้เกิดภาพลักษณ์ด้านบวกแก่องค์กร และเมื่อพิจารณาในระยะยาวจะพบว่า การให้บริการซึ่งสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือต่อองค์กร นอกจากนั้นแล้วจะพบได้ว่าลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจากการบริการจะมีความอ่อนไหวต่อข้อเสนอของคู่แข่งขั้นต่ำ และเป็นสิ่งที่อธิบายว่าทำไมความสำเร็จจากการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า จึงช่วยทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะพบว่า “คุณภาพบริการคือหัวใจสำคัญของธุรกิจยุคใหม่” เนื่องจากภาวะการแข่งขันของธุรกิจต่างๆ มีความรุนแรงและมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การบริการที่มีคุณภาพทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากลูกค้าจะเกิดความภักดีกับองค์กรที่สามารถให้การบริการที่มีคุณภาพ และข้อ

ประวัติความเป็นมาของบริษัท สหการประมูล จำกัด (บริษัท สหการประมูล จำกัด. 2551: Online)

บริษัท สหการประมูล จำกัด เป็นบริษัทแห่งแรกในประเทศไทยที่เปิดดำเนินธุรกิจด้านการประมูลแบบเปิด (Open Auction) ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2534 เป็นต้นมา โดยผู้ก่อตั้งบริษัทฯ ได้ศึกษาแนวทางธุรกิจประมูลสินค้าประเภทรถยนต์ในประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นและเล็งเห็นว่า จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคคนไทยในการซื้อขายที่ยุติธรรมและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

ในเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2542 สหการประมูล ได้รับเลือกเป็นสมาชิกองค์กรผู้ประมูลระดับสากล (NAAA) ซึ่งนับเป็นผู้ประกอบการประมูลรายแรกในประเทศไทยที่ได้รับเกียรตินี้

ปัจจุบัน ด้วยระบบการประมูลที่โปร่งใสได้มาตรฐานประกอบกับประสบการณ์อันยาวนาน ทำให้บริษัท สหการประมูล จำกัด ได้รับการยอมรับและไว้วางใจจากสถาบันการเงินที่มอบหมายให้เป็นบริษัทที่ประมูล รถยนต์แบบขายทอดตลาดเป็นผู้สร้างระบบและ ช่วยรองรับปัญหาอันเกิดจากกระบวนการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินนั้นๆ ตลอดจนเป็นตัวกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสำหรับภาคเอกชนทั้งในรูปแบบบริษัท ห้างร้าน หรือประชาชนทั่วไป

ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า บริษัท สหการประมูล จำกัด เป็นบริษัทที่ช่วยเสริมสภาพคล่องให้กับภาวะเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาวะเศรษฐกิจในปี 2540 ซึ่งสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ด้อยคุณภาพเป็น ปัญหาใหญ่ของสถาบันการเงิน ทำให้สถาบันการเงินต้องจำหน่ายหลักประกันในกรณีที่ถูกหนี้ไม่สามารถชำระคืนหนี้ได้ วิธีที่เป็นที่ยอมรับในความโปร่งใสและยุติธรรม ทั้งสำหรับสถาบันการเงิน และ ลูกหนี้ค้างชำระก็คือการประมูลขายแบบเปิดต่อสาธารณชน (Public Auction) ทั้งนี้เพราะการจำหน่ายหลักประกันด้วยวิธีเปิดซองหรือดำเนินการประมูลด้วยตัวบริษัทเอง เปิดโอกาสให้ถูกตั้งข้อสังเกตในการขาดความชำนาญอันส่งผลถึงยอดหนี้ค้างที่ต้องติดตามลูกหนี้ต่อไป

การประมูลแบบเปิดต่อสาธารณชนจึงเป็นวิธีการที่โปร่งใสและยุติธรรมที่สุด ที่ได้รับความไว้วางใจจากสถาบันการเงินตลอดมา จากชื่อเสียงการทำงานที่เป็นมืออาชีพ โปร่งใส ยุติธรรม และบริการที่ลูกค้าประทับใจของ บริษัท สหการประมูล จำกัด ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจไม่เฉพาะจากสถาบันการเงินต่างๆ เท่านั้น แต่ยังได้รับความเชื่อถือจากบุคคลธรรมดาที่มีความต้องการซื้อ-ขายรถยนต์ให้ได้ราคาดี และ ยุติธรรมอีกด้วย จึงส่งผลให้สหการประมูลเป็นที่หนึ่งในใจของผู้บริโภค มาโดยตลอด

การให้บริการสำหรับลูกค้า ก่อนระหว่าง และหลังการประมูล

เพื่อให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า บริษัท สหการประมูล จำกัด จึงเตรียมความพร้อมในทุกๆ ด้านสำหรับผู้มาใช้บริการ อาทิ:

1. พื้นที่จอดรถเพื่อเข้ารับการประมูลกว่า 40 ไร่ ที่สำนักงานใหญ่ และ 100 ไร่ ที่สาขารังสิตคลอง 8 บนทำเลสะดวกต่อการเดินทาง สามารถรับรถ เข้าประมูลได้ครั้งละกว่า 1,000 คัน
2. ทีมงานการขายมืออาชีพที่ชำนาญงานนับ 15 ปี คอยให้บริการประเมินราคารถยนต์ของท่านอย่างยุติธรรมที่สุด พร้อมดำเนินการประมูลขายให้ท่านอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดโดยยึดความเป็นธรรมในการดำเนินงานเป็นหลักที่สำคัญ
3. มีผู้ซื้อประจำจากทั่วประเทศสัปดาห์ละกว่าพันรายทั้งที่เป็นผู้ใช้รถทั่วไปและผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง มียอดขายเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1,000 คัน
4. มีการวางแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ
5. มียามรักษาการณ์ในพื้นที่ตลอด 24 ชั่วโมง ติดตั้งเครื่องมือที่ทรงประสิทธิภาพตามจุดต่างๆ อย่างเพียงพอ พร้อมทั้งทำประกันอัคคีภัยและ วินาศภัยกับบริษัท เทเวศประกันภัย จำกัด

ปัจจัยที่ทำให้ได้รับความไว้วางใจสูงสุดในการเป็นผู้จัดประมูล

1. สหการประมูลมีระบบการประมูลที่โปร่งใส เป็นสถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถใช้บริการที่สูงด้วยมาตรฐาน
2. ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายได้ราคายุติธรรม เพราะการซื้อ-ขายรถยนต์และจักรยานยนต์เป็นไปตามสภาพที่เป็นจริงราคาที่ตกลงซื้อ-ขาย เป็นราคาที่ทั้งผู้ซื้อ-ขายพึงพอใจ
3. ในกรณีที่ขายรถยนต์และจักรยานยนต์จากสถาบันการเงิน บริษัท สหการประมูล จำกัด มีวิธีการที่ยอมรับในความโปร่งใสจากกระบวนการศาลสถิตยุติธรรม
4. ราคาที่ขายจากวิธีการประมูลจะสูงกว่าราคาจากการขายทั่วไป เป็นการตัดข้อครหาต่อเจ้าหน้าที่สถาบันการเงินที่รับผิดชอบ เมื่อมีการประมูลเอง
5. การให้บริษัท สหการประมูล จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบการประมูลทำให้บริษัทลูกค้ามีภาพพจน์ต่อสาธารณชนว่า เป็นมืออาชีพ เพราะเน้นทำธุรกิจเฉพาะที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ
6. ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดประมูลเอง นับเป็นช่องทางการขายรถยนต์และจักรยานยนต์ที่มีค่าใช้จ่ายต่ำแต่ประสบความสำเร็จสูง
7. บริษัท สหการประมูล จำกัด เป็นผู้รับรองความเสี่ยงในการชำระเงินต่อสถาบันการเงินที่ส่งรถเข้ามาขายแทนผู้ซื้อ

บริการเสริมสำหรับผู้นำรถยนต์และรถจักรยานยนต์เข้าประมูล

1. บริการประเมินราคารถยนต์และจักรยานยนต์ที่ส่งเข้าร่วมประมูลโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย
2. บริการที่จอดรถและทำความสะอาดทุกคันที่เข้าร่วมการประมูล
3. บริการรับรถยนต์ของสถาบันการเงินโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ตรวจเช็คสภาพรถก่อนเข้ามาประมูลทุกคัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

วีระศักดิ์ ศิริกุล (2534: 52) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ที่มีต่อการดำเนินงานสินเชื่อในรูปวัสดุอุปกรณ์การเกษตร ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. มีความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการสินเชื่อในรูปวัสดุอุปกรณ์การเกษตร ปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้า ได้แก่ การบริการ การบริการหลังการขาย การได้มาซึ่งวัสดุอุปกรณ์การเกษตรและการเพิ่มผลผลิต และรายได้

นาตยา ดรสีเนตร (2538: 44) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ผู้จัดการสหกรณ์มีความพึงพอใจในลักษณะงาน หน้าที่และความรับผิดชอบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลความสำเร็จของงาน ได้รับการยอมรับนับถือ ความร่วมมือและประสานงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน คุณลักษณะสหกรณ์บางประการ กฎหมายข้อบังคับและระเบียบสหกรณ์ เงินเดือน สวัสดิการและค่าตอบแทน ความมั่นคง ความปลอดภัยในการทำงาน และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ชัยรัตน์ รัตนา (2543: 51) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของเกษตรกร ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อการบริการสินเชื่อเพื่อการเกษตรของธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารพาณิชย์ มีผลิตภัณฑ์ที่ดีอยู่แล้วด้านราคา มีความเห็นว่าเหมาะสมทั้งดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความเห็นว่าสถานที่ตั้งธนาคาร และแผนกสินเชื่อมีความเหมาะสมดีแล้ว ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการใช้พนักงานขายมีน้อยมากด้านการบริการของพนักงานด้านสินเชื่อ มีความเห็นว่า มีการบริการที่ดีแล้วด้านกระบวนการขั้นตอนของการบริการด้านสินเชื่อ มีความเห็นว่า ขั้นตอนต่าง ๆ มีความสะดวก รวดเร็ว

นงศ์นุช ปัญญาสุพัฒน์ และคณะ (2543: 92) ได้ทำการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดนครปฐม มีระดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การให้ความช่วยเหลือความเอาใจใส่ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ความชัดเจนของข้อมูล คำแนะนำในการให้บริการ ความเหมาะสมในการจัดการให้บริการของสำนักงานเจ้าหน้าที่ให้เวลาในการบริการอย่างเหมาะสม ขั้นตอน และระเบียบวิธีการในการขอรับบริการภาพรวมของการมารับบริการ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ให้บริการ เช่น ที่นั่งรอสถานที่จอดรถ และระยะเวลาในการรอคอยการรับบริการ

อนันต์ จงสูวิวัฒน์วงศ์ (2545: 39) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการตามลำดับ ส่วนปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) คือปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ

อัจฉรา สมสวย (2545: 66) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการส่งเสริมและการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเมืองขอนแก่น จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกต่อการส่งเสริม และการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเมืองขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตร จำนวน 152 ราย ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของสมาชิกต่อการส่งเสริมของสหกรณ์ โดยภาพรวมพบว่าสมาชิกมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ด้านสินเชื่อ ด้านการรับฝากเงิน ด้านการรวบรวมผลผลิต ด้านการหาสินค้ามาจำหน่าย และด้านสวัสดิการของสหกรณ์ สมาชิกมีความพึงพอใจในระดับมาก

2. งานวิจัยต่างประเทศ

เบนเน็ต (เพ็ญทิพย์ ญาณกาย. 2543: 31; อ้างอิงจาก Bennett. 1999: 202) ได้ศึกษาการรับบริการสาธารณสุขของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ พบว่า ประมาณร้อยละ 50 ไม่พึงพอใจบริการสาธารณสุขของรัฐ เรื่องความล่าช้า คิวยาว มารยาทไม่ดี การแฉงคิว ความไม่เท่าเทียมกันไม่พึงพอใจโรงพยาบาลเอกชนเรื่องราคา การวินิจฉัยไม่ถูกต้อง ไม่มีจริยธรรม

มุสทาฟา และฮอปปี (เพ็ญทิพย์ ญาณกาย.2543: 32; อ้างอิงจาก Mustapha & Happ. 2003: 83) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยที่มารับบริการในศูนย์สุขภาพ ในไนโตรินแดดและ

ไวท์ (พัชรี ทองแผ่. 2540: 36; อ้างอิงจาก White. 2004: 103) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในกิจกรรม การพยาบาลของผู้ป่วยและพยาบาลในโรงพยาบาลของรัฐ 3 แห่ง ที่ตั้งอยู่ในเขตนครหลวง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ป่วยให้ความสำคัญในกิจกรรมการพยาบาลเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้าน ร่างกายมากกว่าพยาบาล ส่วนพยาบาลให้ความสำคัญในกิจกรรมการพยาบาลเพื่อตอบสนอง ความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมากกว่าผู้ป่วย และทั้งผู้ป่วยและพยาบาลมีความเห็นตรงกันว่า ความสำคัญของการปฏิบัติตามแผนการรักษาของแพทย์ มีความสำคัญมากกว่าการเตรียมผู้ป่วยกลับบ้าน มีความสำคัญน้อย

นิวแมน และคณะ (กฤษณี โพธิ์ชนะพันธ์. 2542: 28-29; อ้างอิงจาก Newman and others. 2004: 58) ได้ศึกษา เรื่องความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มารับบริการสุขภาพในจังหวัดมณฑล ในประเทศโมแซมบิกโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 890 คน พบว่า ระดับของความพึงพอใจขึ้นกับการรับการฝึกอบรมลูกค้า ความสนใจในการให้บริการ และระยะเวลาการรอคอย โดย 55% ของผู้ทำแบบสอบถามเชื่อว่าบริการได้รับอยู่ในระดับดีถึงดีมาก ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการรอคอย รอคอยนานทำให้ความพึงพอใจน้อย และพบว่าความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับ ความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการและการให้เกียรติจากผู้ให้บริการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาปัญหาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการการประมูลรถยนต์ของ บริษัทสหการประมูลจำกัด ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดแหล่งข้อมูล
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูล

ประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของบริษัท สหการประมูล จำกัด ที่เข้าร่วมประมูลรถยนต์ ในวันพฤหัสบดี วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ในช่วงเวลา 10.00-13.00 นาฬิกา

กลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัทสหการประมูล จำกัด ที่ได้ประมูลรถยนต์ช่วงระยะเวลา 90 วัน ในช่วงเดือน สิงหาคม – ตุลาคม 51 ที่ทำการประมูลรถยนต์ โดยในระยะเวลา 90 วัน มีการประมูลทั้งสิ้น 36 ครั้ง โดยจะดำเนินการเก็บข้อมูลทุกครั้งที่มีการประมูล ให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามครบสมบูรณ์ 10 คนต่อครั้ง จนครบ 36 ครั้ง รวมจำนวน 360 คน โดยสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้าที่มีการใช้บริการจาก บริษัท สหการประมูล จำกัด และอยู่ในการประมูลไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการประมูลรถยนต์ของ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพข้อมูล โดยมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการ ประมูลรถยนต์ของ บริษัท สหการประมูล จำกัด มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็น แบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามที่ปรากฏใน ตอนที่ 2

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบสอบถามปัญหาและความต้องการในการใช้ บริการ นิยามศัพท์เฉพาะ รวมถึงขอบเขตการให้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด และ ผลงานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. ศึกษารูปแบบ และวิธีการเขียนแบบสอบถามและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็น แนวทางในการนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการใช้ บริการ โดย กำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมาย

3. สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการ ประมูลรถยนต์ของ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยกำหนดขอบเขต และเนื้อหาให้ ครอบคลุมตัวแปรที่วิจัย จำนวน 75 ข้อ

4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ได้แก่ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์ เพื่อตรวจข้อความในแบบสอบถามทั้งในด้านเนื้อหา ความ เข้าใจ และการใช้ภาษาให้มีความเที่ยงตรงสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย และนำมา ปรับปรุงแก้ไข

5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อวิเคราะห์ความ เที่ยงตรงเชิงพินิจของแบบสอบถาม โดยมีผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ อาจารย์ ดร.มณฑิรา จารุเพ็ง อาจารย์ ดร.สกล วรเจริญศรี และอาจารย์ ดร.กิตติมา ไกรพิรพรรณ

6. เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจจากผู้เชี่ยวชาญมา หากดัชนีความสอดคล้อง แล้วคัดเลือกแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากัน หรือ มากกว่า 0.5 ขึ้นไป

7. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับลูกค้าที่มาประมูลรถยนต์ในรอบ 10.00 – 13.00 นาฬิกา โดยเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท สหการประมูล จำกัด ที่ได้ประมูลรถยนต์ ในช่วงเดือน มิถุนายน 2551 รวม 4 สัปดาห์ เก็บข้อมูลสัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยจะ ให้ได้กลุ่ม ตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามครบสมบูรณ์ 10 คนต่อครั้ง รวมจำนวน 40 คน โดยสุ่มตัวอย่างจากกลุ่ม ลูกค้าที่มีการใช้บริการจาก บริษัท สหการประมูล จำกัด และอยู่ในการประมูลไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

เกณฑ์การให้คะแนน

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์การแบ่งออกเป็น 5 ระดับ และใช้คะแนนเฉลี่ยระหว่างคะแนนสูงสุด และต่ำสุดมาจัดระดับซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

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

เกณฑ์ในการจัดระดับ

สำหรับการแปลผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการประมูรณธ์ของ บริษัท สหการประมูล จำกัดผู้วิจัยการแบ่งตามเกณฑ์ของ Best (1993: 174) 5 ระดับ

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{ดังนั้น ช่วงคะแนน} = 0.8$$

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจและความต้องการให้ปรับปรุงบริการระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจและความต้องการให้ปรับปรุงบริการระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจและความต้องการให้ปรับปรุงบริการระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจและความต้องการให้ปรับปรุงบริการระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจและความต้องการให้ปรับปรุงบริการ
ระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตาม
ขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอให้ออกหนังสือ
รับรองในการขออนุญาตกรรมการผู้จัดการของบริษัทสหการประมุข จำกัด ในการเก็บรวบรวม
ข้อมูล
2. ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในช่วงเดือนสิงหาคม – ตุลาคม 2551 ใน
วันพฤหัสบดี วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ในช่วงเวลา 10.00 น. – 13.00 นาฬิกา โดยอธิบาย
วัตถุประสงค์ของการจัดเก็บข้อมูลให้แก่ลูกค้าที่มาประมุขรถยนต์ของบริษัทสหการประมุข จำกัด
ทั้งนี้ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามทั้งหมด 385 ฉบับ ได้คืน 381 ฉบับ และนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์
ได้ 360 ฉบับ

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม
คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 มาแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ของตัวแปร เพศ อายุ
ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ แล้วนำเสนอข้อมูลรูปแบบตารางประกอบความเรียง
2. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แล้วหาค่าเฉลี่ย
และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจและความต้องการในการให้บริการของบริษัท
สหการประมุข จำกัด ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ทั้งที่เป็นรายข้อ รายด้าน และรวมทุก
ด้านแล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการในการให้บริการของบริษัท
สหการประมุข จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว
ด้วยสถิติ t-test และ F-test และทดสอบรายคู่โดยใช้สถิติวิธีของ LSD แล้วนำเสนอข้อมูล รูปแบบ
ตารางประกอบความเรียง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติสำหรับวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม โดยการทดสอบค่าที (t-test for independent samples) และทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของบริษัท สหการประมูล จำกัด” ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนที่กำหนดไว้และได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของการบรรยายประกอบตาราง มีรายละเอียดตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด
2. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด
3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด
4. ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด
5. การเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนความหมายของข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
DF	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
T	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution

ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	228	63.30
หญิง	132	36.70
รวม	360	100

จากตาราง 1 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 63.30 และเป็นเพศหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	10	2.80
21-30 ปี	84	23.30
31-40 ปี	128	35.60
41 ปี ขึ้นไป	138	38.30
รวม	360	100

จากตาราง 2 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมา มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	105	29.20
ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานครและปริมณฑล)	37	10.30
ภาคใต้	45	12.50
ภาคเหนือ	44	12.20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	61	16.90
ภาคตะวันออก	68	18.90
รวม	360	100

จากตาราง 3 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมาได้แก่ ภาคตะวันออก จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90 และภาคกลาง มีน้อยที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	11	3.10
ข้าราชการ	35	9.70
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	59	16.40
ธุรกิจส่วนตัว	116	32.20
พนักงานบริษัท	129	35.80
อื่น ๆ	10	2.80
รวม	360	100

จากตาราง 4 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัท มากที่สุด มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมาได้แก่ อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 อาชีพข้าราชการ จำนวน 35 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.70 อาชีพนักเรียนนักศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 และอื่น ๆ น้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	0	0
10,000 – 15,000 บาท	18	5.00
15,001 – 20,000 บาท	59	16.40
20,001 – 30,000 บาท	61	16.90
30,001 – 50,000 บาท	86	23.90
50,001 บาท ขึ้นไป	136	37.80
รวม	360	100

จากตาราง 5 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,000 บาท ขึ้นไปมีมากที่สุด มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาได้แก่ 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 รายได้ 20,000-30,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 รายได้ 15,000-20,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.40 รายได้ 10,000-15,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ไม่มีผู้เข้าประมุล

ต่อไปนี้เป็น การนำเสนอผลการศึกษาคความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมุล จำกัด โดยนำเสนอเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมุลรถยนต์ บริษัท สหการประมุล จำกัด

1.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมุลรถยนต์ บริษัท สหการประมุล จำกัด โดยรวมและรายด้าน

1.2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการในการประมุลรถยนต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมุล จำกัด

ตอนที่ 2 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมุลรถยนต์ บริษัท สหการประมุล จำกัด

2.1 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมุลรถยนต์ บริษัท สหการประมุล จำกัด โดยรวมและรายด้าน

2.2 การเปรียบเทียบความต้องการต่อการให้บริการในการประมุลรถยนต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมุล จำกัด

ตอนที่ 1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด

1.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้าน

ตาราง 6 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านพนักงานให้บริการ	3.45	0.64	มาก
2. ด้านอาคารสถานที่	4.09	1.00	มาก
3. ด้านประชาสัมพันธ์	3.60	1.06	มาก
โดยรวม	3.78	1.03	มาก

จากตาราง 6 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
ประมูล จำกัด ด้านพนักงานให้บริการ

ด้านพนักงานให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงาน	3.99	0.57	มาก
2. การใส่ใจในการติดตามความคืบหน้าหลังพูดคุย	3.66	0.55	มาก
3. ความยุติธรรมในการประมูล	3.51	1.05	มาก
4. การตรงต่อเวลาในการประมูล	3.44	0.85	มาก
5. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.28	0.83	ปานกลาง
6. จำนวนพนักงานที่ให้บริการมีพอรองรับ จำนวนลูกค้า	3.21	1.31	ปานกลาง
โดยรวม	3.45	0.64	มาก

จากตาราง 7 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
ประมูล จำกัด มีความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านพนักงานให้บริการ ได้แก่ การแต่ง
กายและบุคลิกภาพของพนักงาน การใส่ใจในการติดตามความคืบหน้าหลังพูดคุย ความยุติธรรม
ในการประมูล และการตรงต่อเวลาในการประมูล อยู่ในระดับมาก ส่วนความรวดเร็วในการ
ให้บริการ และจำนวนพนักงานที่ให้บริการมีพอรองรับจำนวนลูกค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจปาน
กลาง

ทั้งนี้โดยรวมทั้งหมดของความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านพนักงานให้บริการ จัดอยู่ใน
ระดับมาก

ตาราง 8 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
 ประมูล จำกัด ด้านอาคารสถานที่

ด้านอาคารสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. สถานที่จอดรถสามารถรองรับปริมาณลูกค้า ได้เพียงพอ	4.42	0.88	มากที่สุด
2. มีป้ายบอกทางในการเดินทางไปแต่ละที่	4.16	0.99	มาก
3. การให้แสงสว่างภายในอาคารมีความเหมาะสม	4.12	0.85	มาก
4. การเดินทางภายในบริษัทมีความสะดวกสบาย	3.86	0.83	มาก
5. มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย	3.85	0.71	มาก
6. การจัดสถานที่รองรับการพักผ่อนของลูกค้า เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น โต๊ะสนุกเกอร์	3.68	0.75	มาก
โดยรวม	4.09	1.00	มาก

จากตาราง 8 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
 ประมูล จำกัด มีความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านอาคาร ได้แก่ สถานที่จอดรถ
 สามารถรองรับปริมาณลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนมีป้ายบอกทางในการ
 เดินทางไปแต่ละที่ การให้แสงสว่างภายในอาคารมีความเหมาะสม การเดินทางภายในบริษัทมี
 ความสะดวกสบาย มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย และการจัดสถานที่รองรับการพักผ่อน
 ของลูกค้า เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น โต๊ะสนุกเกอร์ อยู่ในระดับมาก

ทั้งนี้โดยรวมทั้งหมดของความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านอาคารสถานที่ จัดอยู่ใน
 ระดับมาก

ตาราง 9 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
 ประมูล จำกัด ด้านประชาสัมพันธ์

ด้านประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาษาที่มีความเข้าใจง่าย กระชับชัดเจน	3.91	0.78	มาก
2. ความถี่ในการประชาสัมพันธ์มีทุกชั่วโมง	3.83	1.02	มาก
3. มีการกำหนดหมายเลขห้องถูกต้องชัดเจนตรงตามที่ประชาสัมพันธ์	3.66	0.87	มาก
4. ป้ายในการประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางมีขนาดที่พอเหมาะชัดเจน	3.57	0.90	มาก
5. เอกสารและการประชาสัมพันธ์มีความทันสมัยและน่าสนใจ	3.41	1.05	มาก
6. ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์มีความถูกต้องตรงความเป็นจริง	3.35	1.19	ปานกลาง
โดยรวม	3.60	1.06	มาก

จากตาราง 9 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ ประมูล จำกัด มีความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาษาที่มีความเข้าใจง่ายกระชับชัดเจน ความถี่ในการประชาสัมพันธ์มีทุกชั่วโมง มีการกำหนดหมายเลขห้องถูกต้องชัดเจนตรงตามที่ประชาสัมพันธ์ ป้ายในการประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางมีขนาดที่พอเหมาะชัดเจน และเอกสารและการประชาสัมพันธ์มีความทันสมัยและน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ส่วนข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์มีความถูกต้องตรงความเป็นจริง อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

ทั้งนี้โดยรวมทั้งหมดของความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ จัดอยู่ในระดับมาก

1.2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด

ตาราง 10 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด จำแนกตามเพศ

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	T	Sig
ชาย	228	3.74	.63	.644	.520
หญิง	132	3.69	.62		

จากตาราง 10 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีเพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด จำแนกตามกลุ่มอายุ, ภูมิลำเนา, อาชีพ, และรายได้

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
กลุ่มอายุ	ระหว่างกลุ่ม	.23	3	.77	1.95	.101
	ภายในกลุ่ม	146.69	356	.39		
ภูมิลำเนา	ระหว่างกลุ่ม	6.14	5	.70	.637	.525
	ภายในกลุ่ม	140.78	354	.52		
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	0.87	5	.62	.806	.492
	ภายในกลุ่ม	146.05	354	.37		
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	4.95	5	.94	1.907	.111
	ภายในกลุ่ม	141.96	354	.67		
รวม		146.91	359			

จากตาราง 11 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีกลุ่มอายุ ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการ

ตอนที่ 2 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด

2.1 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้าน

ตาราง 12 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้าน

ความต้องการของลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านพนักงานให้บริการ	3.26	1.10	ปานกลาง
2. ด้านอาคารสถานที่	3.18	0.87	ปานกลาง
3. ด้านประชาสัมพันธ์	2.58	1.41	น้อย
โดยรวม	2.96	1.14	ปานกลาง

จากตาราง 12 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด มีความต้องการต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความต้องการต่อการให้บริการด้านพนักงานให้บริการ และความต้องการต่อการให้บริการด้านอาคารสถานที่ อยู่ในระดับความต้องการปานกลาง ส่วนความต้องการต่อการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับความต้องการน้อย

ตาราง 13 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
 ประมูล จำกัด ด้านพนักงานให้บริการ

ด้านพนักงานให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ระยะเวลาที่ใช้ในการประมูล	3.58	0.81	มาก
2. ลูกค้าสามารถพบพนักงานได้เมื่อต้องการ ตลอดเวลา	3.36	0.67	ปานกลาง
3. จำนวนพนักงานที่ให้บริการมีพอรองรับ จำนวนลูกค้า	3.33	1.09	ปานกลาง
4. ความยุติธรรมในการประมูล	3.09	1.10	ปานกลาง
5. พนักงานมีความเคารพความเป็นส่วนตัวของลูกค้า	2.94	1.23	ปานกลาง
6. พนักงานมีความสามารถใช้ภาษาต่างประเทศ ประกอบการให้บริการได้	2.59	1.31	น้อย
โดยรวม	3.26	1.10	ปานกลาง

จากตาราง 13 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
 ประมูล จำกัด มีความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการด้านพนักงานให้บริการ ได้แก่ ระยะเวลา
 ที่ใช้ในการประมูล อยู่ในระดับความต้องการมาก ลูกค้าสามารถพบพนักงานได้เมื่อต้องการ
 ตลอดเวลา จำนวนพนักงานที่ให้บริการมีพอรองรับจำนวนลูกค้า ความยุติธรรมในการประมูล
 และพนักงานมีความเคารพความเป็นส่วนตัวของลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนพนักงานมี
 ความสามารถใช้ภาษาต่างประเทศประกอบการให้บริการได้ อยู่ในระดับน้อย

ทั้งนี้โดยรวมทั้งหมดของความต้องการต่อการให้บริการด้านพนักงานให้บริการ จัดอยู่ใน
 ระดับปานกลาง

ตาราง 14 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
 ประมูล จำกัด ด้านอาคารสถานที่

ด้านอาคารสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การจัดสถานที่รองรับการพักผ่อนของลูกค้า เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น โต๊ะสนุกเกอร์	3.36	1.26	ปานกลาง
2. มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย	3.26	0.94	ปานกลาง
3. การเดินทางภายในบริษัทมีความสะดวกสบาย	3.20	0.98	ปานกลาง
4. มีป้ายบอกทางในการเดินทางไปแต่ละที่	3.12	1.00	ปานกลาง
5. มีแผนที่ภายในบริษัทเพื่อบอกทางในแต่ละจุด	2.74	1.11	ปานกลาง
6. การให้แสงสว่างภายในอาคารมีความเหมาะสม	2.73	1.05	ปานกลาง
โดยรวม	3.18	0.87	ปานกลาง

จากตาราง 14 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
 ประมูล จำกัด มีความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการด้านอาคารสถานที่ ได้แก่ การจัดสถานที่
 รองรับพักผ่อนของลูกค้า เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น โต๊ะสนุกเกอร์ มีการจัดระบบรักษา
 ความปลอดภัย การเดินทางภายในบริษัทมีความสะดวกสบาย มีป้ายบอกทางในการเดินทางไป
 แต่ละที่ มีแผนที่ภายในบริษัทเพื่อบอกทางในแต่ละจุด และการให้แสงสว่างภายในอาคารมีความ
 เหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้โดยรวมทั้งหมดของความต้องการต่อการให้บริการด้านอาคารสถานที่จัดอยู่ในระดับ
 ปานกลาง

ตาราง 15 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการ
ประมูล จำกัด ด้านประชาสัมพันธ์

ด้านประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ป้ายในการประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางมีขนาดที่พอเหมาะชัดเจน	2.99	1.01	ปานกลาง
2. เอกสารและการประชาสัมพันธ์มีความทันสมัยและน่าสนใจ	2.63	1.09	ปานกลาง
3. มีการกำหนดหมายเลขห้องถูกต้องชัดเจนตรงตามที่ประชาสัมพันธ์	2.60	1.05	น้อย
4. การประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาษาที่มีความเข้าใจง่าย กระชับชัดเจน	2.60	1.07	น้อย
5. ความถี่ในการประชาสัมพันธ์มีทุกชั่วโมง	2.24	1.40	น้อย
6. ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์มีความถูกต้องตรงความเป็นจริง	1.57	0.96	น้อยที่สุด
โดยรวม	2.58	1.41	น้อย

จากตาราง 15 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด มีความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ป้ายในการประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางมีขนาดที่พอเหมาะชัดเจน เอกสารและการประชาสัมพันธ์มีความทันสมัยและน่าสนใจ อยู่ในระดับความต้องการปานกลาง การประชาสัมพันธ์มีการใช้ภาษาที่มีความเข้าใจง่ายกระชับชัดเจน และความถี่ในการประชาสัมพันธ์มีทุกชั่วโมง อยู่ในระดับน้อย ส่วนข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์มีความถูกต้องตรงความเป็นจริง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ทั้งนี้โดยรวมทั้งหมดของความต้องการต่อการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์จัดอยู่ในระดับน้อย

2.2 การเปรียบเทียบความต้องการต่อการให้บริการในการประมูรณต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูรณต์ จำกัด

ตาราง 16 เปรียบเทียบความต้องการต่อการให้บริการในการประมูรณต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูรณต์ จำกัด จำแนกตามเพศ

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	T	Sig
ชาย	228	3.44	.60	1.31	.188
หญิง	132	3.36	.64		

จากตาราง 16 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูรณต์ บริษัท สหการประมูรณต์ จำกัด ที่มีเพศ แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการให้บริการในการประมูรณต์ บริษัท สหการประมูรณต์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการต่อการให้บริการในการประมูรณต์ตามสถานภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการของ บริษัท สหการประมูรณต์ จำกัด จำแนกตามกลุ่มอายุ, ภูมิลำเนา, อาชีพ, และรายได้

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
กลุ่มอายุ	ระหว่างกลุ่ม	7.24	3	.87	1.848	.122
	ภายในกลุ่ม	137.37	356	.39		
ภูมิลำเนา	ระหว่างกลุ่ม	.26	5	.83	.130	.985
	ภายในกลุ่ม	144.35	354	.24		
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	6.32	5	.79	1.283	.280
	ภายในกลุ่ม	138.29	354	.51		
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	2.17	5	.57	.461	.805
	ภายในกลุ่ม	142.44	354	.23		
รวม		144.61	359			

จากตาราง 17 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีกลุ่มอายุ ภูมิสำเนา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมุล จำกัด” ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านพนักงานบริการ ด้านอาคารสถานที่ และด้าน ประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดของการวิจัยดังนี้

ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมุล จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมุล จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานของการวิจัย

ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมุลรถยนต์ บริษัท สหการประมุล จำกัด ที่มีเพศ, อายุ, ภูมิฐานะ, อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการ ประมุลรถยนต์ บริษัท สหการประมุล จำกัดแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของบริษัท สหการประมุล จำกัด ที่เข้าร่วมประมุลรถยนต์ ในวันพฤหัสบดี วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ในช่วงเวลา 10.00-13.00 นาฬิกา

กลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท สหการประมุล จำกัด ที่ได้ประมุลรถยนต์ช่วงระยะเวลา 90 วัน ในช่วงเดือน สิงหาคม – ตุลาคม 2551 ที่ทำการประมุลรถยนต์ โดยในระยะเวลา 90 วัน มีการประมุลทั้งสิ้น 36 ครั้ง โดยจะดำเนินการเก็บข้อมูลทุกครั้งที่มีการประมุล ให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ทำ แบบสอบถามครบสมบูรณ์ 10 คนต่อครั้ง จนครบ 36 ครั้ง รวมจำนวน 360 คน โดยสุ่มตัวอย่างจาก กลุ่มลูกค้าที่มีการใช้บริการจาก บริษัท สหการประมุล จำกัด และอยู่ในการประมุลไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการประมูลรถยนต์ของ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพข้อมูล โดยมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการประมูลรถยนต์ของ บริษัท สหการประมูล จำกัด มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามที่ปรากฏในตอนี่ 2

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อขอให้ออกหนังสือรับรองในการขออนุญาตกรรมการผู้จัดการของบริษัทสหการประมูล จำกัด ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยอธิบายวัตถุประสงค์ของการจัดเก็บข้อมูลให้แก่ลูกค้าที่มาประมูลรถยนต์ของบริษัทสหการประมูล จำกัด แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท สหการประมูล จำกัด” สรุปได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2. ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานให้บริการ และด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย
3. ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีเพศ,อายุ, ภูมิลำเนา, อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมและรายด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ที่เป็นดังนี้เป็นเพราะ

1.1 ด้านพนักงานบริการ พนักงานมีความเชี่ยวชาญ ความชำนาญในงาน ประกอบกับมีความขยันขันแข็งสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งการบริการเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค ซึ่งเป็นไปตามที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541: 66) กล่าวว่า บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) ฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท บุคลิกภาพที่ดีของผู้ให้บริการจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจและมั่นใจ ตัดสินใจใช้บริการ เกิดความพึงพอใจและประทับใจในบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการ เกิดบรรยากาศที่ดีในการติดต่อขอใช้บริการในอนาคตต่อไป และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

1.2 ด้านอาคารสถานที่ บริษัท สหการประมูล จำกัด อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ที่พักอาศัย เมื่อลูกค้าได้เข้ามาภายในจะเห็นได้ว่าการจัดทางเข้า – ออก ให้สะดวกสบาย ปลอดภัยต่อการสัญจร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒน์ ไบเจริญ (2540: 11) ซึ่งวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ พบว่าปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการคือ ท่าเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ไม่แออัดในการเดินทาง สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับบริการ และสถานที่จอดรถสะดวกไม่คับแคบจนเกินไป

1.3 ด้านประชาสัมพันธ์ ข้อมูลของ บริษัท สหการประมูล จำกัด มีความทันสมัยถูกต้อง น่าเชื่อถือ ดังนั้นลูกค้าของ บริษัท สหการประมูล จำกัด จะได้รับข้อมูล/ข่าวสารที่ทันสมัยถูกต้อง เชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ สุขสถิตย์. (2550: 47) ซึ่งวิจัยเรื่อง การเรียนรู้ด้วยการนำตนเองสำหรับนักศึกษาผู้ใหญ่โดยการเรียนการสอนผ่านเว็บ ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและเทคโนโลยีว่า สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลหรือข่าวสาร มีอยู่มากมายหลายลักษณะด้วยกัน โดยมีวิธีการใช้แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมจะเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายให้ได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือ ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กร สถาบันประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

2. ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานให้บริการ และด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย ที่เป็นดังนี้เป็นเพราะ

2.1 ด้านพนักงานบริการ บริษัท สหการประมูล จำกัด ได้มีการจัดอบรมพัฒนาและเสริมสร้างความรู้ในการปฏิบัติงานให้กับพนักงานเป็นระยะ ๆ ทำให้พนักงานเกิดความรู้และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติหน้าที่ และให้บริการกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าวได้ ซึ่งเป็นไปตามที่ สมชาติ กิจจรรง (2551: 43) ที่ว่าประเด็นที่สำคัญของคุณสมบัติการเป็นผู้ให้บริการที่ดี คือมีความรักงานบริการ รู้หน้าที่ของตน มีอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีไหวพริบดี สามารถประสานงานได้ดีและมีน้ำใจที่งดงาม พร้อมทั้งมีความตั้งใจในการส่งมอบการบริการเพื่อ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

2.2 ด้านอาคารสถานที่ บริษัท สหการประมูล จำกัด มีสถานที่ภายในที่มีความกว้างขวาง สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย อากาศและแสงสว่างภายในอาคารเหมาะสม ไม่มีเสียงดังรบกวน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สกล พงศ์วรทรัพย์ (2545: 102-103) ซึ่งวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสำนักงานบริการสาขา บริษัทแอดวานซ์ อินโฟเซอรัวีส (เอไอเอส) จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่ลูกค้าพึงพอใจต่อการบริการของสำนักงานบริการสาขา ด้านสถานที่ประกอบการ ได้แก่สำนักบริการมีพื้นที่มาก ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการรอใช้บริการ ไม่แออัด การจัดสถานที่เป็นระเบียบ สะอาด

2.3 ด้านประชาสัมพันธ์ ข้อมูลของ บริษัท สหการประมูล จำกัด มีการเผยแพร่ข้อมูลของบริษัททันเวลา ทันต่อความต้องการ มีการจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ ลูกค้าจึงได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและมีประโยชน์ในการการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ สุขสถิตย์. (2550: 47) ซึ่งวิจัยเรื่อง การเรียนรู้ด้วยการนำตนเองสำหรับนักศึกษาผู้ใหญ่โดยการเรียนการสอนผ่านเว็บ ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและเทคโนโลยีว่า สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลหรือข่าวสาร มีอยู่มากมายหลายลักษณะด้วยกัน โดยมีวิธีการใช้แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมจะเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายให้ได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือ ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรสถาบันประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

3. ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีเพศ,อายุ, ภูมิลำเนา, อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นดังนี้เป็นเพราะ

3.1 ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัทสหการประมูล จำกัด ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัทสหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเป็นเพราะบริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการให้บริการต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงเพศใดเพศหนึ่ง ใช้มาตรฐานการให้บริการในระดับ ลักษณะเท่าเทียมกัน ลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มาใช้บริการกับ บริษัทสหการประมูล จำกัด ก็ได้รับการบริการที่ดีจากบริษัทในทุก ๆ ด้าน จึงทำให้เกิดความรู้สึกพอใจและประทับใจในบริการที่ได้รับ ทำให้ผลการวิจัยออกมาเกี่ยวกับเพศไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุนีย์ วงษ์กิติโสภณ (2545: 70-71) ศึกษาวิจัยเรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อห้างสรรพสินค้า เช่นทรัล สาขาชิดลม พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อห้างเช่นทรัลฯ ไม่แตกต่างกัน

3.2 ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัทสหการประมูล จำกัด ที่มีอายุแตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัทสหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าที่มาใช้บริการนั้นมีจุดมุ่งหมายอย่างเดียวกันคือการมาประมูลรถยนต์ อีกทั้งการให้บริการของพนักงานทำให้เกิดความประทับใจทุกกลุ่มอายุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรา วิแก้ว (2546: 62) ที่ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ขสมก. ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านภาพรวมที่สอดคล้องกันว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้บริการรถโดยสารที่ไม่แตกต่างกัน

3.3 ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของพนักงานบริษัท สหการประมูล จำกัด เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคอยู่ในระดับมาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าจะลูกค้าจะมาจากภาคใดของประเทศ จะได้รับการบริการจากพนักงานขายเพื่อสร้างความพึงพอใจ ได้อย่างสม่ำเสมอไม่ว่าจะเข้ามาใช้บริการเมื่อใด นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญในการให้บริการต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งตรงกับหลักการบริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541: 146) หลักความเสมอภาคกล่าวคือ บริการที่จัดขึ้นนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้า และเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นมาก

3.4 ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ที่มีอาชีพแตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลรถยนต์ บริษัท สหการประมูล จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าที่อาชีพต่างกัน มีความรู้สึกพอใจและประทับใจต่ออาคารสถานที่ การให้บริการ การดูแลเอาใจใส่จากพนักงาน การได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้องและมีประโยชน์ จึงมีความรู้สึกพึงพอใจ

3.5 ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการการประมูลดรถยนต์ บริษัทสหการประมูลด จำกัด ที่มีรายได้แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการในการประมูลดรถยนต์ บริษัทสหการประมูลด จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าไม่ว่าลูกค้าจะรายได้กลุ่มใดก็ตามเห็นว่ารถยนต์ที่นำมาประมูลดมีความหลากหลายของระดับราคา มีให้เลือกตามความต้องการ สินค้ามีคุณภาพและได้มาตรฐาน บริการเสริมต่าง ๆ ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า จึงทำให้ความพึงพอใจและความต้องการต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการวิจัยของ วิยรัตน์ จุฬจำนบก (2549: 71) ซึ่งวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อการให้บริการของศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดนครสวรรค์ ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ว่าปัจจัยรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดนครสวรรค์ ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ด้านพนักงานบริการ ผู้บริหารควรส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาพนักงานบริการอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดอบรมความรู้ในการปฏิบัติงานบริการให้กับพนักงานทุก ๆ 3 เดือน, พยายามจัดประมูลดให้ตรงตามเวลาที่แจ้งไว้ เป็นต้น
2. ด้านอาคารสถานที่ ผู้บริหารควรเน้นการดูแลความสะอาด เช่น ห้องน้ำ ควรสอดส่องดูแลให้พนักงานทำความสะอาดทุก ๆ 1 ชั่วโมง เป็นต้น เนื่องจากบริษัท สหการประมูลด จำกัด มีผู้เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ย่อมทำให้ห้องน้ำเกิดความสกปรกได้ง่าย
3. ด้านประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารควรพิจารณาหาวิธีการใหม่ ๆ ในเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของบริษัท สหการประมูลด จำกัด เพื่อให้ทันต่อเวลาและความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เช่น จัดบอร์ดและป้ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ใหม่ทุก ๆ สัปดาห์ก่อนวันประมูลด, จำทำโบรชัวร์ใหม่ทุก 1 เดือน, ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์ เช่น หน้าจอให้ข้อมูลแบบสัมผัส เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปมีดังนี้ คือ

1. ควรทำการศึกษาในเรื่องเดิมและทำการศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยอาจมีการกำหนดระยะเวลาในการทำวิจัย อาทิเช่น ปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้ทราบความเปลี่ยนแปลงของความคิดเห็นและความต้องการต่อการให้บริการประมุขรถยนต์ของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถนำผลการวิจัยนั้นไปวางแผนในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป
2. ควรศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อ บริษัท สหการประมูล จำกัด กับบริษัทคู่แข่ง
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างบริษัทการประมูลที่อื่น หรือบริษัทประมูลในจังหวัดอื่นด้วย เพื่อเปรียบเทียบการให้บริการ อาคารสถานที่ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาถึงจุดเด่น จุดด้อยและข้อควรปรับปรุงแก้ไขได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อบริษัทประมูล และประชาชนผู้รับบริการ
4. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จะทำให้ทราบว่า ปัจจัยตัวใดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อนำผลของการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ทางการบริหาร ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด
5. ควรศึกษาเพิ่มเติมเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการประมุขรถยนต์ของบริษัท สหการประมูล จำกัด ของลูกค้าต่อไป
6. ควรศึกษาถึงความต้องการของตลาดต่างประเทศที่มีความแตกต่างจากตลาดในประเทศ ก็เป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของคนไทยให้มีความทัดเทียมกับนานาชาติก่อให้เกิดการพัฒนาของเศรษฐกิจของประเทศต่อไป
7. ควรทำการศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน ของบริษัท สหการประมูล จำกัด เพื่อคาดการณ์ว่า ผู้ใช้บริการจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทิศทางใด เพื่อสามารถปรับกลยุทธ์ในการบริหารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ
8. ควรศึกษาเรื่องปัจจัยจูงใจในการทำงานและความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อบริษัท สหการประมูล จำกัด เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาคุณภาพการทำงานของพนักงานให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษณี โพธิชนะพันธ์. (2542). ความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกสถาบันโรคผิวหนัง. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (บริหารสาธารณสุข). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยาณี ตปติยากร. (2543). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบรือ. รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ บธ.ม. (การตลาด). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- คธา เกษรมาลา. (2537). ความคาดหวังในวิชาชีพของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนที่เข้ารับ การฝึกอบรม เพื่อบรรจุและแต่งตั้งเป็นข้าราชการตำรวจสัญญาบัตร. วิทยานิพนธ์ ส.ม. (อาชีวศึกษาและงานยุติธรรม). นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- คัทลียา ศิริภัทรากูร. (2541). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคัดสรรกับความคาดหวังคุณภาพบริการ พยาบาลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ พ.ม. (การบริหารการพยาบาล). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- จารุณี ทองคำ. (2546). ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีต่อเรือตัวนเจ้าพระยาในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จิตรา วีแก้ว. (2546). ทักษะคติและพฤติกรรมการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศของ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จุฬาลักษณ์ ช่างคำ และคณะ. (2547). รายงานวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อสินค้า ของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อไนท์บาร์ซ่าเชียงราย. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าม่วง. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชัญญา มหาพรหม. (2537). เปรียบเทียบการพยาบาลตามความคาดหวังและการบริการ ตาม ประสบการณ์จริงของผู้รับบริการในห้องผ่าตัดเล็ก โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

- ชัยรัตน์ รัตนา. (2543). *ความคิดเห็นของเกษตรกรในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อการบริการสินเชื่อเพื่อการเกษตรของธนาคารพาณิชย์*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ชีษณุกร พรภาณุวิชญ์. (2540). *ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สิ่งแวดล้อม). นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์วัตนะ. (2534). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ชูศักดิ์ สุขเจริญวิภารัตน์. (2542). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม*. รายงานศึกษาค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (บริหารการศึกษา) มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- เชิดศักดิ์ โหมวาสินธุ์. (2525). *การวัดผลการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- दनัย เทียนพุ่ม. (2543). *นวัตกรรมการบริการลูกค้า*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ O.N.G.
- ทรวงทิพย์ วงศ์พันธ์. (2541). *คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการในงานผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ จังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สาธารณสุขศาสตร์). นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ทรายทอง วรรณพิศิษฐ์ และปภาดา กันทะอินทร์. (2546). *ความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ที่มีต่อการให้บริการของหน่วยทะเบียนและประเมินผลการศึกษางาน บริการศึกษาศาสตร์ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (บริหารการศึกษา) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ธนกฤต ดีศีลธรรม. (2550). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาเขาวัง เพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธรรมศชน วิดตานนท์. (2546). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการศูนย์การค้าปลีกล้วยสด ก่อสร้างครบวงจร รูปแบบห้างสรรพสินค้า: กรณีศึกษาโฮมโปร*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นงค์นุช ปัญญาสุพัฒน์; และคณะ. (2543). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2538). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นันทวัน เหลี่ยมปรีชา. (2538). *คุณภาพของการบริการ*. วารสารกรมบัญชีกลาง. 36(3): 24-29.
- นาคยา ดรสีเนตร. (2538). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่มที่ 1*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : สุวีริยา สาส์น
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2543). *วิธีวิจัยทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปนัดดา กาญจนพันธ์. (2545). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ประเทือง สูงสุวรรณ. (2534). *การศึกษารับรู้และความคาดหวังของครูต่อสภาพแวดล้อมโรงเรียนของโรงเรียนเอกชน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (สิ่งแวดล้อมศึกษา). นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- พัชรี ทองแผ่. (2540). *คุณภาพบริการพยาบาลตามการรับรู้ของผู้ป่วยในโรงพยาบาลชุมชนเขต 2*. วิทยานิพนธ์ พ.ม. (การบริการการพยาบาล). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- พิมพ์ชนก ตันสนีย์. (2540). *พฤติกรรมองค์กรและทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- เพชรี हालาก. (2538). *ความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาในระดับกลางที่มีบทบาทต่อการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาในระดับล่างในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เพ็ญทิพย์ ญาณกาย. (2543). *ความคิดเห็นต่อการบริการสุขภาพของประชาชนผู้มีบัตรประกันสุขภาพในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (สาธารณสุขศาสตร์) ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- ไพฑูริย์ เจริญพันธุ์วงศ์. (2540). *พฤติกรรมองค์กรและการบริหาร*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ภักดี ดนัยพงศกร. (2543). *พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซอยหนองจิก จังหวัดปัตตานี*. ปริญญาโท ศป.ม. (ไทยคดีศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2542). *เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- วัฒนา ณ ระนอง. (2541). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์
- วิชัย พรหมเมศ. (2537). *ความคาดหวังของนักศึกษาสายอาชีพสังกัดกรมอาชีวศึกษาต่อการทำงานภาคอุตสาหกรรม*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- วิภาวรรณ สุขสถิต. (2550). *การเรียนรู้ด้วยการนำตนเองสำหรับนักศึกษาผู้ใหญ่โดยการเรียนรู้การสอนผ่านเว็บ*. วิทยานิพนธ์ กศ.ด. (การศึกษาผู้ใหญ่). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิมลมาศ ต้นสถาวิรัฐ. (2545). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านวัตสันที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร* : สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิรัตน์ จุฬจำนบก. (2549). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อการให้บริการของศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดนครสวรรค์ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2539). *ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).
- วีระศักดิ์ ศิริกุล. (2534). *ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.)*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- ศศิธร สามารถ. (2545). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีรฟิล์ม และไซเทกซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สกล พงศ์วรทรัพย์. (2545). *พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการทำงานของสำนักงานบริการสาขา บริษัทแอดวานซ์ อินโฟเซอร์วิส (เอไอเอส) จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- สมชาติ กิจยรรยง. (2551). *กุศโลบายแห่งการตลาด*. กรุงเทพฯ: พาวเวอร์ฟูล ไลฟ์.
- สมิต สัจฉกร. (2542). *การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: วิทยุชน.
- สุนีย์ วงษ์กิติโสภณ. (2545). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาชิดลม*.
 สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุนา อยู่โพธิ์. (2532). *หลักการบริการ*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2552). *จิตวิทยาการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 8 (ฉบับปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม).
 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย
 จำกัด (มหาชน) สาขาเทพศิรินทร์*. วิทยานิพนธ์ ศป.ม.(จิตวิทยาการศึกษา). มหาสารคาม:
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- แสวง รัตนมงคลมาศ และคณะ. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อกิจกรรมการให้บริการของ
 กรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีบริการของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร*. ภาคนิพนธ์
 พบ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
 ถ่ายเอกสาร.
- อนันต์ จงสูวิวัฒน์วงศ์. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคาร
 กสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
 (การบริหารธุรกิจ) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- อุ้นันท์ กลิ่นเกล้า. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า
 บีคี่ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ:
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บริษัท สหการประมูล จำกัด. (2551). *ประวัติบริษัท*. สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2551, จาก
<http://www.union-auction.com>.
- Best, J.W. (1993). *Research in education*. 7th ed. Boston: Allyn and Bacon.
- Johnson, R.;& Lyth, D. (1991). *Implementing the integration of customer expectations
 and operational capability*. In S.W. Brown, E. Gummerson, B.Edvardsson &
 B.Gustavasson (Eds). New York: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. Millennium Edition: Prentice Hall.
- Kotler, P.;& Armstrong, G. (1996). *Principles of Marketing*. 7th ed. USA: Prentic Hall.
- Loudon, D.L. & Della B., Albert J. (1976). *Consumer Behavior (Concepts and
 Applications)*. 4th ed. New York: McGraw-Hill.
- Maslow, A.H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.

- Nadler, L.Z. (1990). *The handbook of human resource development*. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Neufeld, W.J. (1989). *Advances in the investigation of psychological stress*. New York: John Wiley & Sons.
- Vavra, T.G. (1992). *After Marketing : How to keep Customer for Life through Relationship Marketing*. New York: McGraw-Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. อาจารย์ ดร.มณฑิรา จารุเพ็ง | อาจารย์ประจำ
ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. อาจารย์ ดร.สกล วรเจริญศรี | อาจารย์ประจำ
ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 3. อาจารย์ ดร.กิตติมา ไกรพิรพรรณ | นักวิชาการ
สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ |

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

เค้าโครงสารนิพนธ์

ผู้วิจัย	นายบุญศักดิ์ รามล	อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
ปริญญา	การศึกษามหาบัณฑิต	ผศ.ดร. นันทนา วงษ์อินทร์
วิชาเอก	จิตวิทยาการแนะแนว	
ปีการศึกษา	2551	

ชื่อเรื่อง ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของ
บริษัท สหการประมูล จำกัด

TITLE Customer Satisfaction and Needs Towards the Services of
Union auction co. ltd.

ที่อยู่ : 179/56 ซอยลาซาล ถนนสุขุมวิท 105 แขวงบางนา เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ : 086-374-7588

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการประมูรณต์
ของ บริษัทสหการประมูรณต์ จำกัด

คำชี้แจง

- แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการของบริษัทสหการประมูรณต์ จำกัด
องค์ประกอบที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย
 - ความพึงพอใจของลูกค้าต่อขั้นตอนการให้บริการทั่วไปในการประมูรณต์ 3 ด้าน
 - ด้านพนักงานให้บริการ
 - ด้านอาคารสถานที่
 - ด้านประชาสัมพันธ์
 - ความต้องการของลูกค้า
- แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการทั่วไปในการประมูรณต์ของ บริษัท สหการประมูรณต์ จำกัด
 - ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- นิยามศัพท์เฉพาะ มีดังนี้
 - ความพึงพอใจของลูกค้าต่อขั้นตอนการให้บริการทั่วไปในการประมูรณต์ หมายถึง กระบวนการในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการที่ถูกต้องตามขั้นตอน และเหมาะสมกับระยะเวลาที่กำหนดไว้ในกฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติของการให้บริการ คือการที่ลูกค้าได้มาใช้บริการประมูรณต์ บริษัท สหการประมูรณต์ จำกัด ได้แก่ ความรู้สึกที่พึงพอใจและความประทับใจหรือความรู้สึกที่มีทั้งด้านบวกและด้านลบในการให้บริการ ดังนี้
 - 3.1.1 ความพึงพอใจด้านพนักงานให้บริการ หมายถึง ลูกค้าได้รับความพึงพอใจด้านการต้อนรับของพนักงานอยู่ในระดับใด ได้แก่ บุคลิกลักษณะท่าทางของพนักงาน กริยามารยาท ความสุภาพ อธิษาศัย และการให้ความเป็นกันเองการรับฟังลูกค้า ความพร้อมและรวดเร็วในการให้บริการ การอธิบายข้อมูลการประมูรณต์
 - 3.1.2 ความพึงพอใจของลูกค้า ด้านอาคารสถานที่ หมายถึง ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านสถานที่ที่ให้บริการประมูรณต์ บริษัทสหการประมูรณต์ จำกัด เกี่ยวกับที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่มาติดต่อมีห้องรับรองลูกค้าและที่นั่งอย่างเพียงพอมีป้ายบอกจุดบริการอย่างชัดเจน จนกระทั่งด้านความปลอดภัย
 - 3.1.3 ความพึงพอใจด้านประชาสัมพันธ์ หมายถึง การที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ การประมูรณต์ของบริษัทสหการประมูรณต์ จำกัด ได้แก่ ความพึงพอใจในด้านข้อมูลเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลอย่างถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ รวดเร็ว มีความทันสมัยมีการตอบแก้ไขปัญหาลูกค้าได้
 - 3.2 ความต้องการของลูกค้าต่อการให้บริการในการประมูรณต์ หมายถึง สิ่งที่น่าหวังหรือความต้องการของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการ การประมูรณต์ บริษัทสหการประมูรณต์ จำกัด ให้มีการปรับปรุงการให้บริการให้ดีขึ้น ได้แก่ ความต้องการในด้านสถานที่ให้บริการ พนักงานบริการ ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และคุณภาพของการบริการ

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

- 1.1 ชาย 1.2 หญิง

2. อายุ

- 2.1 น้อยกว่า 20 ปี 2.2 21-30 ปี 2.3 31-40 ปี 2.4 41 ปี ขึ้นไป

3. ภูมิลำเนา

- 3.1 กรุงเทพฯและปริมณฑล 3.2 ภาคกลาง 3.3 ภาคใต้
3.4 ภาคเหนือ 3.5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3.6 ภาคตะวันออก

4. อาชีพ

- 4.1 นักเรียน/นักศึกษา 4.2 ข้าราชการ 4.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
4.4 ธุรกิจส่วนตัว 4.5 พนักงานบริษัท 4.6 อื่นๆ

5. รายได้

- 5.1 น้อยกว่า 10,000 บาท 5.2 10,000 – 15,000 บาท 5.3 15,000 – 20,000 บาท
5.4 20,000 – 30,000 บาท 5.5 30,000 – 50,000 บาท 5.6 50,000 บาท ขึ้นไป

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ สกุล	นายบุญศักดิ์ รามล
วัน เดือน ปี เกิด	20 พฤษภาคม 2520
สถานที่เกิด	จังหวัดนครศรีธรรมราช
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	54/1 หมู่ 3 ต.บางหญ้าแพรก อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2535	มัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนบ้านหนองคล้า จังหวัดนครศรีธรรมราช
พ.ศ. 2539	ปวช. (ประกาศนียบัตรวิชาชีพ) จากโรงเรียนอรรณวิทย์พาณิชยการ กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2545	บริหารธุรกิจบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
พ.ศ. 2551	การศึกษามหาบัณฑิต (จิตวิทยาการแนะแนว) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ