

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบ
เทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)

สารนิพนธ์
ของ
อุทร ยิ้มละม้าย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2553

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบ
เทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)

สารนิพนธ์
ของ
อุทร ยี่มะม้าย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบ
เทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)

บทคัดย่อ
ของ
อุทร ยิ้มละม้าย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2553

อุทร ยี่มะม้าย. (2553). *ทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบ*

เทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์.

บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร. ฌักษ์ กุลิสร์

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยจำแนกตาม ตำแหน่ง หน่วยงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) เฉพาะสำนักงานใหญ่เท่านั้น จำนวน 280 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบความแตกต่างใช้ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25– 35 ปี ระดับตำแหน่ง เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส แผนก การตลาด/บริหารสื่อ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR มีระยะเวลาในการทำงานระหว่าง 2 -5 ปี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000 – 40,000 บาท

2. ทัศนคติการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่ามีทัศนคติด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ และ ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์พบว่าอยู่ในระดับดี และ ทัศนคติต่อการให้บริการด้านแก้ไขคำร้อง อยู่ในระดับปานกลาง

3. พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่ามีพฤติกรรมการใช้งานด้านการให้บริการทางโทรศัพท์โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง ต่อเดือน พฤติกรรมการใช้งานด้านการบริการแก้ไขคำร้องโดยเฉลี่ย อยู่ที่ 3 ครั้งต่อเดือน และ พฤติกรรมการใช้งานด้านการบริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์โดยเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่ในช่วงเวลา 16.00 – 18.00 น และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีระยะเวลาในการขอให้บริการมากที่สุด เรื่องการบริการทางโทรศัพท์

4. ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าโดยรวมทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ตำแหน่งของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) แตกต่างกัน โดยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพฤติกรรมด้านความถี่ในการบริการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หน่วยงานของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน)แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) แตกต่างกัน โดยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน)แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) แตกต่างกัน โดยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เช่นทรูล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เช่นทรู พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พฤติกรรมด้านความถี่ในการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พฤติกรรมด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

พฤติกรรมการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เช่นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พฤติกรรมด้านความถี่ในการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

พฤติกรรมกาให้บริกาด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เช่นทรล์ พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริกาในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พฤติกรรมด้านความถี่ในการแก้ไขคำร้อง ด้านความถี่ในการให้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ATTITUDES AND SATISFACTION ON THE TECHNOLOGY INFORMATION
PROCEDURE SERVICE SYSTEM OF CENTRAL PATTANA PUBLIC CO.,LTD

AN ABSTRACT

BY

UTHORN YIMLAMAI

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University

October 2010

Uthorn Yimlamai. (2010). *Attitudes and Satisfaction on the Technology Information Procedure Service System of Central Pattana Public Co., Ltd.* Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Associate Professor Nak Gulid, Ph. D.

This research aims to study attitudes and satisfaction on the technology information procedure service system classified by position, working department, gender, age, duration of work and income affecting using behavior in technology information system. Sample size in this research is 280 employees of Central Pattana Public Co., Ltd. at Head Quarter. Questionnaire is an instrument for data collection. Statistics for data analysis are percentage, mean, standard deviation, t-test for difference analysis, one-way analysis of variance. When a difference occurs, pair sample test is applied by using Least Significant Difference. Pearson product moment correlation coefficient is for analyzing relationship.

Results are as follows:

1. Most respondents (employees of Central Pattana Public Co., Ltd.) are female, aging between 25 and 35 years old, working as officers/senior officers, working at marketing/media management, tenant relation/CSR departments, having duration of work between two and five years and having monthly income between 20,000 and 40,000 baht.

2. Attitudes on technology information service system in category of call center service and category of purchasing and delivery computer equipment are at the good levels, whereas attitudes on complaint remedy service are at the moderate level.

3. Using behaviors on technology information system are as follows: using behaviors in category of call center service by average is at three times per month; using behaviors in category of complaint remedy service by average is at three times per month; using behaviors in category of purchasing and delivery computer equipment by average is at two times per month; period of using service is between 16.00 and 18.00 hours; and the longest using time period in technology information service system is call center service.

4. Overall satisfaction on technology information service system in these three categories is at the moderate levels.

Results of hypotheses testing are as follows:

Employees of Central Pattana Public Co., Ltd. with different position influence different using behaviors in technology information system of employees of Central Pattana Public Co., Ltd. in category of using behavior in frequency of call center service and in category of using time period with statistical significance of 0.01 levels. Whereas, behaviors in category of using frequency of complaint remedy service and category of using frequency of purchasing and delivery computer equipment are different with statistical significance of 0.05 levels.

Employees of Central Pattana Public Co., Ltd. with different working department influence different using behaviors in technology information system of employees of Central Pattana Public Co., Ltd. in category of behavior in using frequency of call center service, category of using frequency of complaint remedy service and category of using frequency of purchasing and delivery computer equipment with statistical significance of 0.01 levels. Whereas, behavior in category of using time period of using service is also different with statistical significance of 0.05 level.

Employees of Central Pattana Public Co., Ltd. with different gender influence different using behaviors in technology information system of employees of Central Pattana Public Co., Ltd. in category of behavior in using frequency of call center service and category of using time period of using service with statistical significance of 0.01 levels. Whereas, behaviors in category of using frequency of complaint remedy service and category of using frequency of purchasing and delivery computer equipment are different with statistical significance of 0.05 levels.

Overall attitudes on technology information service system have positively moderate related to satisfaction of employees of Central Pattana Public Co., Ltd. on technology information service system in category of worthiness of service using in technology information service system with statistical significance of 0.01 levels.

Overall attitudes on technology information service system have positively low related to satisfaction of employees of Central Pattana Public Co., Ltd. on technology information service system in category of overall satisfaction on service using in technology information service system with statistical significance of 0.01 levels.

Overall attitudes on technology information service system have negatively low related to satisfaction of employees of Central Pattana Public Co., Ltd. on technology information service system in category of service using of information service system with statistical significance of 0.01 levels.

Using behaviors in technology information system in category of behavior in using frequency of call center service has positively moderate related to satisfaction of employees of Central Pattana Public Co., Ltd. on technology information service system in category of worthiness of service using in technology information service system with statistical significance of 0.01 levels. Behavior in using frequency of complaint remedy service has positively moderate related to satisfaction with statistical significance of 0.01 level. Behavior in purchasing and deliver computer equipment has negatively low related to satisfaction with statistical significance of 0.01 level. Behavior in using time period in using service has positively low related to satisfaction with statistical significance of 0.01 level.

Servicing behavior in technology information system in category of using frequency of complaint remedy service has positively low related to satisfaction of employees of Central Pattana Public Co., Ltd. on technology information service system in category of overall satisfaction on service using in technology information service system with statistical significance of 0.01 level. Behavior in using time period in using service has negatively low related to satisfaction with statistical significance of 0.01.

Servicing behavior in technology information system in category of using frequency in complaint remedy service and category of purchasing and delivery equipment and computer has positively low related to satisfaction of Central Pattana Public Co., Ltd.'s employees on technology information service system in category of satisfaction on service using in technology information service system with statistical significance of 0.01 levels. Behavior in using time period for using service has negatively low related to satisfaction with statistical significance of 0.01 level.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ฌักย์ กุณิสร์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำปรึกษา คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา ขอขอบพระคุณที่ท่านได้สละเวลามาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ให้ผู้วิจัย และให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ ปรับแก้ไข และให้คำแนะนำในการปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือให้ได้รับความเชื่อถือ

คณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้คำแนะนำกับผู้วิจัย

เจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ช่วยประสานงานให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงวันที่สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามงานวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถสำเร็จได้หากไม่มีท่าน

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวของผู้วิจัย ที่เป็นกำลังใจให้ความช่วยเหลือและเข้าใจในภารกิจของผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินงานวิจัยที่น่าภูมิใจฉบับนี้ลุล่วงสมความปรารถนา

ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณท่านทั้งหลายที่กล่าวไว้ข้างต้นอีกครั้ง ด้วยความซาบซึ้งอย่างสูง

อุทร ยิ้มละม้าย

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม.....	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	28
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	32
ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน).....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	60
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	64
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	64
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	66
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	71
การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลของการวิจัย.....	80
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	80
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	95
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	129
 5 สรุปอภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	 135
ความมุ่งหมายของการวิจัย	135
ความสำคัญของการวิจัย.....	135
สมมติฐานการวิจัย	136
วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	136
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	137
อภิปรายผลการศึกษาวิจัย	147
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	161
 บรรณานุกรม	 162
 ภาคผนวก	 166
ภาคผนวก ก	167
ภาคผนวก ข	173
ภาคผนวก ค	175
 ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	 178

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่ง.....	81
2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแผนก.....	82
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหน่วยงาน.....	82
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างรวมจำแนกตามหน่วยงาน.....	83
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	84
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	84
7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างรวมจำแนกตามอายุ.....	85
8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน.....	85
9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างรวมจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน.....	86
10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	86
11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างรวมจำแนกตามรายได้.....	87
12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติการให้บริการ ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	87
13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติการให้บริการ.....	88
14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติการให้บริการ ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง.....	89
15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติการให้บริการด้านระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์.....	90
16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการทางโทรศัพท์.....	91
17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการแก้ไขคำร้อง.....	91
18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์.....	92
19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ.....	92
20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการขอใช้บริการ...	93

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างรวมจำแนกตามเรื่องที่ใช้ ระยะเวลาในการขอใช้บริการ.....	93
22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเรื่องที่ใช้บริการมากที่สุด.....	94
23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจโดยรวมของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ต่อการให้บริการด้านระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ.....	94
24 แสดงผลการทดสอบตรวจสอบค่าความแปรปรวน (Variance) โดยใช้ Levene's test..	95
25 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกับพฤติกรรมการใช้งานในระบบ เทคโนโลยี สารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) จำแนกตามตำแหน่ง.....	96
26 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของ พนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน)จำแนกตามตำแหน่ง โดยใช้ Brown-Forsythe.....	97
27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการ แก้ไขคำร้องจำแนกตามตำแหน่ง เปรียบเทียบกันทีละคู่โดยใช้ Dunnett T3.....	98
28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อ และส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามตำแหน่ง เปรียบเทียบกันทีละคู่ โดยใช้ Dunnett T3.....	99
29 แสดงผลการทดสอบตรวจสอบค่าความแปรปรวน (Variance) โดยใช้ Levene's test...	100
30 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของ พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) จำแนกตามหน่วยงาน โดยใช้ brown-Forsythe.....	101
31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการทาง โทรศัพท์ จำแนกตามหน่วยงาน เปรียบเทียบกันทีละคู่โดยวิธี Dunnett T3.....	102
32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้แก้ไขคำร้อง จำแนกตามหน่วยงาน เปรียบเทียบกันทีละคู่โดยวิธี Dunnett T3.....	104

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อ และส่งมอบ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามหน่วยงาน เปรียบเทียบกันทีละคู่ โดยวิธี Dunnett T3.....	106
34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ จำแนกตามหน่วยงาน เปรียบเทียบกันทีละคู่โดยวิธี Dunnett T3.....	108
35 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนพฤติกรรมใช้งานในระบบเทคโนโลยี สารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) จำแนกตามเพศ....	109
36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม การใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ.....	110
37 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนพฤติกรรมใช้งานในระบบเทคโนโลยี สารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน)จำแนกตามอายุ.....	111
38 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม การใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ.....	112
39 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนพฤติกรรมใช้งานในระบบเทคโนโลยี สารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน.....	113
40 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม การใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน	114
41 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนพฤติกรรมใช้งานในระบบเทคโนโลยี สารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) จำแนกตามรายได้	115
42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม การใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้.....	116

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
43 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับ ความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อความพึงพอใจด้านการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	117
44 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับ ความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อความพึงพอใจด้านการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	119
45 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับ ความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ต่อความพึงพอใจด้านการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจด้านการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	121
46 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับ ความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อความพึงพอใจด้านการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	123
47 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับ ความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อความพึงพอใจด้านการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	125
48 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับ ความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อความพึงพอใจด้านการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	127
49 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	129

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 แสดงโมเดลอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	39
3 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	40

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารด้านอสังหาริมทรัพย์ และ ศูนย์การค้า ในนามของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า และในยุคเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นยุคของการแข่งขันทางธุรกิจที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ทางบริษัทจึงมีความจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับการแข่งขันทางการตลาด ซึ่งในการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ระบบการทำงานมีความรวดเร็วและทันสมัย จึงมีความจำเป็นต้องนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเพื่อช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและสามารถพร้อมที่จะรองรับกับการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วได้ในอนาคต ดังนั้นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กรจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการทำงาน ทั้งด้านที่ต้องเกี่ยวข้องกับลูกค้า และด้านสนับสนุนการทำงานในด้านต่างๆก็ตาม เพื่อให้การทำงานโดยรวมมีความคล่องตัวและเพิ่มความเร็วในการทำงานและให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์การค้าของทาง เซ็นทรัลพลาซ่า เมื่อมีระบบเข้าช่วยในการทำงานมากยิ่งขึ้น ปัญหาของผู้ใช้ระบบก็มากยิ่งขึ้นเพราะว่าความต้องการของแต่ละแผนก หรือ แต่ละบุคคลก็จะมีความต้องการที่ไม่เหมือนกันจึงทำให้พนักงานภายในมาขอใช้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นจำนวนมาก ประกอบกับทางบริษัทเองได้มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้มีพนักงานที่คอยให้บริการด้านต่างของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศบริการได้อย่างไม่ทั่วถึง เพราะความต้องการใช้งานในระบบมีมากยิ่งขึ้น ทำให้ตอนประเมินผลการทำงานปลายปีของฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ (เป็นผลจากการทำสำรวจ VoIC โดยให้บริษัท Hewitt มาเป็นผู้สำรวจ ปี 2008) มีคะแนนในการทำงานอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนด คือมาตรฐานที่ได้ตั้งไว้ประมาณ 95 % แต่ในรอบปีที่ผ่านมาทางฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศทำได้อยู่ที่ประมาณ 80 % ซึ่งถือว่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้มาก ทำให้ฝ่ายต้องมีการดำเนินการแก้ไข เพราะว่าการให้บริการของทางฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศถือเป็น KPI หลักตัวหนึ่งที่ใช้วัดผลการทำงานภาพรวมของฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและเพื่อให้การทำงานของฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้นและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและบริษัทได้กำหนดไว้

จากที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึง ทักษะคิดและความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่ต้องปรับปรุงแก้ไขและความต้องการในการบริการด้านต่างๆของฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และเพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยที่ได้จากการสำรวจ ทักษะคิดและความพึงพอใจนำมาปรับปรุงกระบวนการในเรื่องการบริการด้านต่างๆ ของระบบ

เทคโนโลยีสารสนเทศของ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด(มหาชน)ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐานที่ได้กำหนดไว้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ตำแหน่งงาน หน่วยงาน สาขา เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ กับความพึงพอใจของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)ในการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับความพึงพอใจของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)การให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริง ว่าพนักงานภายในองค์กรมีทัศนคติและความพึงพอใจอย่างไรต่อการขอใช้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์นำมาปรับปรุงกระบวนการการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร
2. เพื่อให้การบริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) มีมาตรฐานในการให้บริการเทียบกับมาตรฐานสากล

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานของบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 700 คน ศึกษาเฉพาะสำนักงานใหญ่เท่านั้น เหตุผลที่เลือกเฉพาะสำนักงานใหญ่เพราะว่าส่วนใหญ่การใช้งานจะเป็นการรวมศูนย์ที่สำนักงานใหญ่ (แหล่งข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล. 2009)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) (เฉพาะที่สำนักงานใหญ่) โดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง (Actual Population) และได้

กำหนดขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรโดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1979: 1088) และให้มีค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5

สูตรการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

กำหนดให้ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดของประชากร
 e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 5%

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{700}{1 + 700 (.05)^2}$$

$$n = 254.55 \approx 255$$

จากการคำนวณตามสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 255 คน ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างสำรองเพื่อป้องกันการผิดพลาดที่เกิดประมาณ 10% เท่ากับ 25 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นทั้งหมดประมาณ 280 คน โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างจาก การสุ่มตัวอย่างมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Population Stratified Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างเป็นสัดส่วนทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งจะใช้จำนวนพนักงานแต่ละกลุ่ม วิธีการคำนวณดังนี้

จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละระดับ = $\frac{\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรทั้งหมดในแต่ละระดับ}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$

ลำดับที่	ระดับตำแหน่ง	ประชากร (คน)	ตัวอย่าง (คน)
1.	ผู้บริหารระดับสูง	25	10
2.	ผู้บริหารระดับกลาง	240	96
3.	พนักงานระดับปฏิบัติการ	435	174
	รวม	700	280

ขั้นที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งผู้วิจัยใช้การแจกแจงแบบสอบถามให้กับพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ในแต่ละกลุ่มเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่ต้องการ

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน

1.1.1 ตำแหน่ง

1.1.1.1 เจ้าหน้าที่

1.1.1.2 เจ้าหน้าที่อาวุโส

1.1.1.3 หัวหน้าแผนก

1.1.1.4 ผู้ช่วยจัดการ

1.1.1.5 ผู้จัดการ

1.1.1.6 ผู้จัดการอาวุโส

1.1.1.7 ผู้อำนวยการ

1.1.1.8 รองกรรมการผู้จัดการ

1.1.2 หน่วยงาน

1.1.2.1 ตรวจสอบภายใน

1.1.2.2 สำนักกรรมการบริหาร

1.1.2.3 พัฒนาศักยภาพ

1.1.2.4 การตลาด

1.1.2.5 บริหารสื่อ

1.1.2.6 ร้านค้าสัมพันธ์

1.1.2.7 กฎหมาย

1.1.2.8 CSR

1.1.2.9 บัญชี การเงิน

1.1.2.10 แคมเปญ

1.1.2.11 อาคาร

1.1.2.12 ธุรกิจ จัดซื้อ

1.1.3 เพศ

1.1.3.1 ชาย

1.1.3.2 หญิง

1.1.4 อายุ

1.1.4.1 21 - 29 ปี

1.1.4.2 30 – 38 ปี

1.1.4.3 39 – 48 ปี

1.1.4.4 มากกว่า 49 ปี

1.1.5 ระยะเวลาในการทำงาน

1.1.5.1 น้อยกว่า 1 ปี

1.1.5.2 1 – 5 ปี

1.1.5.3 6 – 10 ปี

1.1.5.4 มากกว่า 10 ปี

1.1.6 รายได้

1.1.6.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

1.1.6.2 20,001 – 40,000 บาท

1.1.6.3 40,001 – 60,000 บาท

1.1.6.4 60,001 – 80,000 บาท

1.1.6.5 80,000 บาทขึ้นไป

2. ทศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.1 ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์

2.2 ด้านการให้บริการทางด้านระบบ Request

2.3 ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์

3. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

3.1 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) และ ความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

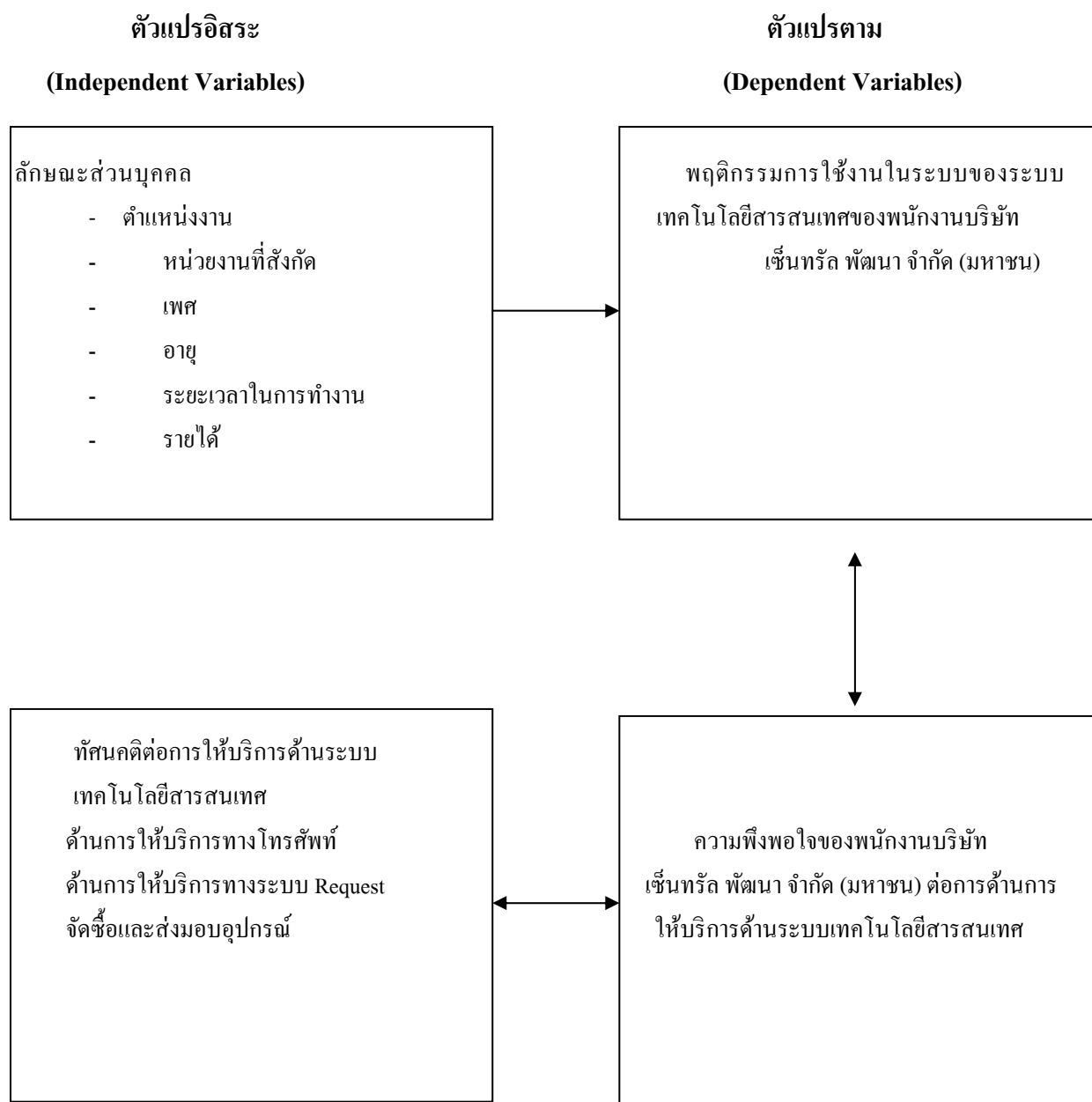
3.2 ความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ลักษณะส่วนบุคคล** หมายถึง ปัจจัยที่เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล เช่น ลักษณะทางตำแหน่ง หน่วยงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน และรายได้ ที่มีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน)
2. **ทัศนคติต่อการให้บริการ** หมายถึง ลักษณะความคิดเห็นของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ที่มีต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านต่างๆ เช่น ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบRequest ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์
3. **พฤติกรรมการใช้งาน** หมายถึง กิริยาอาการ หรือการกระทำของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ที่แสดงออกต่อการขอใช้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. **ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวก หรือ ทางลบของพนักงานเซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ เช่น ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบRequest ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ ว่ามีความพอใจ หรือ ไม่พอใจมากน้อยแค่ไหนสำหรับการให้บริการ
5. **การให้บริการทางโทรศัพท์** หมายถึง การบริการรับแก้ไขปัญหาในระบบ โดยผ่านช่องทาง ทางด้านโทรศัพท์ โดยมีเจ้าหน้าที่คอยรับบริการ
6. **การให้บริการทางระบบ Request** หมายถึง การให้บริการรับแก้ไขปัญหาในระบบผ่านระบบ Software มายังหน่วยงานโดยตรงต่อเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ
7. **การจัดซื้อ** หมายถึง การที่พนักงานมีความต้องการอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบงานคอมพิวเตอร์เพิ่มเติม และได้ทำคำร้องขอสั่งซื้อมายังหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศ
8. **ส่งมอบอุปกรณ์** หมายถึง การติดตั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หรือ อุปกรณ์ต่อพ่วงอื่นที่เกี่ยวข้อง ให้กับพนักงานที่มีการขอจัดซื้อ
9. **ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ** หมายถึง ระบบที่ให้บริการข้อมูลพื้นฐาน รวมทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ฐานข้อมูล และการสื่อสารต่างๆ ที่ช่วยในการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน
10. **ลักษณะตำแหน่ง** หมายถึง ระดับทางตำแหน่งงานภายในบริษัท โดยแบ่งเป็นผู้บริหารระดับปฏิบัติการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่อาวุโส หัวหน้าแผนก ผู้บริหารระดับกลาง ได้แก่ ผู้ช่วยผู้จัดการ ผู้จัดการ ผู้จัดการอาวุโส ผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ ผู้อำนวยการ รองกรรมการผู้จัดการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าวิจัย เรื่อง พัฒนาคติความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) สามารถแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยและแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย ตำแหน่งงาน หน่วยงานที่สังกัด สาขาที่สังกัด เพศ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ สถานภาพ แตกต่าง กันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
2. ทักษะต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการด้านโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการ ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
3. พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
6. ประวัติความเป็นมา บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

แนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดังนั้นนักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จึงน่าจะแตกต่างกันด้วย เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่ม ประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างต่างกัน

ปรเม สตะเวทิน (2538: 112-118) กล่าวว่า การวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสาร เพื่อวางแผนในการสื่อสารกับผู้รับสารซึ่งวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ในกรณีของการสื่อสารกลุ่มใหญ่และการสื่อสารมวลชนนั้นก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระดับรายได้ และอายุการทำงานซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. อายุ จากการวิจัยทางจิตวิทยา พบว่า คนเราเมื่อมีอายุมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนั้นอายุยังเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่า คนที่มีอายุมาก สาเหตุที่แตกต่างกัน เนื่องมาจากคนที่ต่างวัยกันมีประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกันคนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยุ เช่น คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการที่หนักๆ ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

2. **เพศ** การวิจัยทางจิตวิทยาได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่อง ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทแต่ละกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวมักถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายให้เหตุผลและจดจำได้มากกว่าผู้หญิง ผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้มากกว่าผู้หญิง และผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่นๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

3. **สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ** หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว การวิจัยทางจิตวิทยาได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร และสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมี วัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวย่อมมองโลกมีแนวความคิด อุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน นอกจากครอบครัว และอาชีพแล้ว รายได้ ตลอดจนเชื้อชาติก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนสามารถกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมต่างๆ และคนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับ ค่านิยม ทัศนคติ ความคิด พฤติกรรมของคนใน เชื้อชาติแตกต่างกัน

4. **การศึกษา** คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกันในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมาก เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดี แต่มักเป็นคนไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ, โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

5. **ระดับตำแหน่ง** ระดับตำแหน่งของบุคคลในองค์กร ซึ่งมีความแตกต่างกันของแต่ละบุคคลอาจทำให้เกิดความแตกต่างในการสื่อสาร บุคคลที่มีตำแหน่งภายในองค์กรสูงมีแนวโน้มที่จะได้รับ ข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานมากกว่าบุคคลที่มีตำแหน่งภายในองค์กรต่ำ ดังนั้นบุคคลที่มีตำแหน่งภายในองค์กรต่ำ จึงมักเป็นบุคคลที่ขาดข่าวสารอยู่เสมอ และตำแหน่งงานเป็นการบ่งบอกรายละเอียดของอำนาจหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งรวมทั้งระบุถึงวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายในแต่ละหน้าที่ด้วย

6. **อายุงาน** เมื่อบุคคลประกอบอาชีพในองค์กรหนึ่งเป็นระยะเวลานานๆ บุคคลนั้นจะเกิดความผูกพันกับหน่วยงาน และยอมรับสภาพความเป็นอยู่ กฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนที่ใช้ปฏิบัติอยู่ ซึ่งต่างจากบุคคลทำงานเป็นระยะเวลาสั้นกว่า ที่มักจะไม่มีความรู้สึกผูกพันกับหน่วยงาน ตลอดจนไม่ยอมรับสภาพ และ กฎเกณฑ์ต่างๆ ภายในองค์กร และอายุงานหรือประสบการณ์ ประสบการณ์ในอดีต

เป็นบทบาทที่สำคัญในการตัดสินใจผู้บริหารที่มีประสบการณ์โดยทั่วไปเชื่อถือว่าสิ่งต่างๆ จะสามารถบรรลุผลสำเร็จ และ ข้อผิดพลาดซึ่งเกิดขึ้นถือว่าเป็นข้อแนะนำในอนาคต ทักษะนี้เชื่อว่าประสบการณ์ที่มากขึ้นของผู้บริหารทำให้เขามีความสามารถมากขึ้น เมื่อพนักงานได้รับการพัฒนาความสามารถและมีประสบการณ์ในงานมากขึ้นแต่ความสามารถของพนักงานในการตีความสารที่ได้รับในแง่บวกของพนักงานหน่วยงานอื่นๆ กลับลดลงเนื่องจากพนักงานจะยึดติดกับความนึกคิดที่เกิดขึ้นจากการทำงานในหน่วยงาน ซึ่งจะเป็นตัวกีดขวางการทำความเข้าใจของพนักงานในหน่วยงานอื่น สภาพการณ์เช่นนี้ได้เกิดขึ้น และกระจายไปทั่วทุกหน่วยงานที่ปฏิบัติงานแตกต่างกัน และทั่วทุกระดับสายงานการบังคับบัญชา

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวทาง จิตวิทยาสังคม และ การสื่อสาร และมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

โรเจอร์ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2533: 122; อ้างอิงจาก Roger. 1978: 208–209) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ ว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดย ทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึง พฤติกรรม ในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียง ความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็น มิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจาก การรับสาร อันจะมีผลต่อ พฤติกรรม ต่อไป

เคลเลอร์ (Howard H. Kendler. 1963: 572) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคล ที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือ แนวความคิด

คาร์เตอร์ วี. กูด (Carter V. Good. 1959: 48) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใด ลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุน หรือต่อต้านสถานการณ์ บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใด ๆ

นิวคอมบ์ (Newcomb. 1854: 128) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคนนั้น ขึ้นกับสิ่งแวดล้อม อาจแสดงออก ในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิด ความรักใคร่ อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น ๆ หรืออีก ลักษณะหนึ่ง แสดงออก ในรูปความไม่พอใจ เกลียดชัง ไม่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น

นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn. 1971: 71) กล่าวว่า ทักษะ คือ ความรู้สึก และความคิดเห็น ที่บุคคล มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอดิ ๆ ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้ บุคคลพร้อม ที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง ด้วยพฤติกรรม อย่างเดียวกัน ตลอด

จี เมอร์ฟี, แอล เมอร์ฟี และ ที นิวคอมบ์ (G. Murphy , L.Murphy; & T.Newcomb . 1973: 887) ให้ความหมายของคำว่า ทักษะ หมายถึง ความชอบ หรือไม่ชอบ ฟังใจ หรือไม่ฟังใจที่บุคคล แสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ

สุพิน เกษคุปต์ (2537: 46) ทักษะหมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดและเชื่อว่าความรู้สึกนี้จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น นักจิตวิทยาเห็นว่า ทักษะเป็นพลังอย่างหนึ่งที่มีมองไม่เห็นเช่นเดียวกับสัญชาตญาณหรือแรงจูงใจ แต่พลังนี้สามารถผลักดันให้มีการกระทำบางอย่างที่สอดคล้องกับความรู้สึกของทักษะ ดังนั้น เราอาจกล่าวได้ว่าทักษะก็คือ ท่าทีหรือแนวโน้มของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด อาจเป็นบุคคล กลุ่มคน ความคิด หรือสิ่งของก็ได้ โดยมีความรู้สึกหรือความเชื่อเป็นพื้นฐาน

ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531: 2) กล่าวถึง ทักษะ ที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคล ว่า ทักษะ หมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคล ในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามประสบการณ์ของบุคคลนั้น ที่ได้รับมา
2. ความโน้มเอียง ที่จะมึปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือ ต่อต้าน สิ่งแวดล้อม ที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด

3. ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัว หรือความพร้อมที่จะตอบสนอง จากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ 1. ความรู้สึกภายใน 2. ความพร้อม หรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทักษะ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมี พฤติกรรมโต้ตอบ ในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของ ทักษะ นั้น โดยสรุป ทักษะในงานที่นี้ เป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับ รายการกรอง สถานการณ์ ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ทักษะ มีผลให้มีการแสดง พฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่า ทักษะ ประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้น

องค์ประกอบของ ทศนคติ

จากความหมายของ ทศนคติ ดังกล่าว

ชิมบาโด และ เอบปีเซน (พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. 2531: 49; อ้างอิงจาก Zimbardo; & Ebbesen. 1970) สามารถแยกองค์ประกอบของ ทศนคติ ได้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคล ที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทัวไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมี ทศนคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดี ก็จะมี ทศนคติ ที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตาม บุคลิกภาพ ของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยม ของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคล ต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมี ทศนคติ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจาก บุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือ มี แนวความคิด แตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้น ส่วนประกอบทาง ด้านความคิด หรือ ความรู้ ความเข้าใจ จึง นับได้ว่าเป็นส่วนประกอบ ขึ้นพื้นฐาน ของ ทศนคติ และส่วนประกอบนี้ จะเกี่ยวข้อง สัมพันธ์ กับ ความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวก และทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ และ การเรียนรู้การเกิด ทศนคติ (Attitude Formation)

กอร์ดอน อัลพอร์ท (Gordon Allport . 1975) ได้ให้ความเห็นเรื่อง ทศนคติ ว่าอาจเกิดขึ้นจาก สิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับ วัฒนธรรม และ ประเพณีจากบิดามารดา ทั้งโดยทางตรง และทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้ว รับมาปฏิบัติตามต่อไป

2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับ เด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน

3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมี ทศนคติ ไม่ดี ต่อครู เพราะเคยตำหนิตน แต่บางคน มี ทศนคติ ที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้น เพราะเคยชมเชยตนเสมอ

4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือ รับเอาทศนคติ ของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับ ทศนคติ ของบิดามารดา หรือ ครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็นทศนคติ ของตนได้

เกรช และ ครัทช์ฟิลด์ (Krech; & Crutchfield. 1948) ได้ให้ความเห็นว่าทัศนคติอาจเกิดขึ้นจาก

1. การตอบสนองความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็จะมี ทัศนคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมี ทัศนคติ ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. การได้เรียนรู้ความจริงต่าง ๆ อาจโดยการอ่าน หรือ จากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้น บางคนจึงอาจเกิด ทัศนคติ ไม่ดีต่อผู้อื่น จากการฟังคำติฉินที่ใคร ๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้
3. การเข้าไปเป็นสมาชิก หรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอา ทัศนคติ ของกลุ่มมาเป็นของตน หาก ทัศนคติ นั้นไม่ขัดแย้งกับ ทัศนคติ ของตนเกินไป
4. ทัศนคติ ส่วนสำคัญกับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย คือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติ ในทางตรงข้าม คือ มักมองว่ามีคนคอยจ้องจิกกัด หรือ คิดร้ายต่าง ๆ ต่อตน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520: 64 - 65) กล่าวถึงการเกิด ทัศนคติ ว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่ง ทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิด ทัศนคติ ที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่าง ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิด ทัศนคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิด ทัศนคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน
 2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิด ทัศนคติ จากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่น ได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิด ทัศนคติ ต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่เคยรับรู้มา
 3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิด ทัศนคติ ขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่จะเลียนแบบการแสดงท่าทางชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย
 4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติ หลายอย่างของบุคคล
- ธงชัย สันติวงษ์ (2539: 166 -167) กล่าวว่า ทัศนคติ ก่อตัวเกิดขึ้นมา และเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัย หลายประการ ด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) ทัศนคติ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้าง ทัศนคติ ที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของ ที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้
2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติ จะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสารด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็น และเข้าใจ

ปัญหาต่างๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิด และสร้างเป็น ทักษคติ ขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทักษคติ บางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่าง ๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องกับอยู่ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่าง ๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่าง ๆ แต่ยังมีการ ถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้าง ทักษคติ ขึ้นได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงานเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะเป็แหล่งสร้าง ทักษคติ ให้แก่บุคคลได้

4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มี ประสบการณ์มาจนกลายเป็น ทักษคติ ได้

5. ลักษณะท่าทาง (Personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้าง ทักษคติ ให้กับตัวบุคคล ปัจจัยต่าง ๆ ของการก่อตัวของ ทักษคติ เท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริง จะมีได้มีการเรียงลำดับตาม ความสำคัญ แต่อย่างใดเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทางเหล่านี้ ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของ ทักษคติ มากหรือน้อย ย่อมสุดแล้วแต่ว่าการพิจารณาสร้าง ทักษคติ ต่อสิ่งดังกล่าว จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

ประเภทของ ทักษคติ

การแสดงออกทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (คารณี, 2542: 43) คือ

1. **ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude)** คือ ความรู้สึกต่อสิ่งแวดลอมในทางที่ดีหรือยอมรับ ความพอใจ เช่น นักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีต่อการโฆษณา เพราะวิชาการโฆษณาเป็นการให้บุคคลได้มีอิสระทางความคิด

2. **ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude)** คือ การแสดงออก หรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดลอมในทางที่ไม่พอใจ ไม่ดี ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย เช่น นิติไม่ชอบคนเลี้ยงสัตว์ เพราะเห็นว่าทารุณสัตว์

3. **การไม่แสดงออกทางทัศนคติ หรือมีทัศนคติเฉยๆ (Negative Attitude)** คือ มีทัศนคติเป็นกลางอาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ หรือในเรื่องนั้นๆ เราไม่มีแนวโน้มทัศนคติอยู่เดิมหรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้นๆ มาก่อน เช่น เรามีทัศนคติที่เป็นกลางต่อผู้ไม่ใครเวฟ เพราะเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับโทษหรือคุณของผู้ไม่ใครเวฟมาก่อน

จะเห็นได้ว่าการแสดงออกของทัศนคตินั้น เกิดจากการก่อตัวของทัศนคติที่สะสมไว้เป็นความคิดและความรู้สึก จนสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา ตามทัศนคติต่อสิ่งนั้นที่มา:

<http://gotoknow.org/blog/theories/280647>

แดเนียล แคทซ์ (Daniel Katz. 1960: 163 - 191) ได้อธิบายถึง หน้าที่หรือกลไกของ ทักษคติ ที่สำคัญไว้ 4 ประการ ดังนี้คือ

1. เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว (Adjustment) หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัย ทักษคติ เป็นเครื่องยึดถือ สำหรับการปรับพฤติกรรม ของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงที่สุด และให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนี้ ทักษคติ จึงสามารถเป็นกลไก ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และที่ไม่พึงประสงค์ของเขาและด้วยสิ่งเหล่านี้เองที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไปในทางที่ต้องการมากที่สุด

2. เพื่อป้องกันตัว (Ego – Defensive) โดยปกติในทุกขณะคนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริง ในสิ่งซึ่งเป็นที่ขัดแย้ง กับความนึกคิดของตน (Self – Image) ดังนี้ ทักษคติ จึงสามารถสะท้อนออกมาเป็น กลไกที่ป้องกันตัวโดยการแสดงออก เป็นความรู้สึก ถูกเหยียดหยาม หรือดิฉิน นินทาคนอื่นและขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่า ด้วยการมี ทักษคติ ที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น การก่อตัว ที่เกิดขึ้นมาของ ทักษคติ ในลักษณะนี้จะมีลักษณะแตกต่างจากการมี ทักษคติ เป็นเครื่องมือ ในการปรับตัว ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ ทักษคติ จะมีใช้พัฒนาขึ้นจากการมีประสบการณ์ กับสิ่งนั้น ๆ โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้หนึ่งเองและสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการแสดงออกมาซึ่ง ทักษคติ นั้นก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้นหวังใช้เพียงเพื่อการ ระบายความรู้สึก เท่านั้น

3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) ทักษคติ นั้นเป็นส่วนหนึ่งของ ค่านิยมต่าง ๆ และด้วยทักษคติ นี้เองที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่าง ๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้น ทักษคติจึงสามารถใช้สำหรับ อรรถาธิบายและบรรยายความเกี่ยวกับ ค่านิยม ต่าง ๆ ได้

4. เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทักษคติ จะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมิน และทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขาด้วยกลไกดังกล่าวนี้เอง ที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้ และเข้าใจถึงระบบ และระเบียบของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในรอบตัวเขาได้

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

เฮอริท ซี. เคลแมน (Herbert C. Kelman; & Compliance. 1967: 469) ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ โดยมีความเชื่อว่า ทัศนคติ อย่างเดียวกัน อาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกัน จากความคิดนี้ เฮอริท ได้แบ่งกระบวนการ เปลี่ยนแปลง ทัศนคติ ออกเป็น 3 ประการ คือ

1. การยินยอม (Compliance) การยินยอม จะเกิดได้เมื่อ บุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขา และมุ่งหวังจะได้รับ ความพอใจ จากบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมกระทำตามสิ่งที่ยากให้เขากระทำนั้นไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เป็นเพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วย และกระทำตาม ดังนั้นความพอใจ ที่ได้รับจาก การยอมกระทำตาม นั้น เป็นผลมาจาก อิทธิพลทางสังคม หรือ อิทธิพลของสิ่งทีก่อให้เกิดการยอมรับนั้น

กล่าวได้ว่า การยอมรับกระทำตามนี้ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง ทักษะคติ ซึ่งจะมีพลังผลักดัน ให้บุคคลยอมรับกระทำตามมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับจำนวนหรือ ความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

2. การเลียนแบบ (Identification) การเลียนแบบเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจาก การที่บุคคล ต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่น หรือกลุ่มบุคคลอื่น จากการเลียนแบบนี้ ทักษะคติ ของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ กล่าวได้ว่า การเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง ทักษะคติ ซึ่งพลังผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ความน่า โน้มโน้มใจ ของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร บุคคลจะรับเอาบทบาททั้งหมดของคนอื่น มาเป็นของตนเอง หรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน บุคคลจะเชื่อในสิ่งที่ตัวเองเลียนแบบ แต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียดในการเลียนแบบ ทักษะคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ สิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) เป็นกระบวนการ ที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับ ความต้องการภายใน ค่านิยม ของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับ ค่านิยม ที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจ ที่ได้จะขึ้นอยู่กับ เนื้อหารายละเอียด ของพฤติกรรมนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถ้าความถี่ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทักษะคติทั้งสิ้น นอกจากนี้ องค์ประกอบ ต่าง ๆ ใน กระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่ มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลง ทักษะคติได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ ทักษะคติ ของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทนแต่ก็จะสามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อ และสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมี ความสัมพันธ์ กับ ค่านิยมของบุคคลนั้น นอกจากนี้อาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับ เช่น กฎหมายข้อบังคับ การเปลี่ยน ทักษะคติ มี 2 ชนิด คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทักษะคติ ของบุคคลที่เป็นไป ในทางบวก ก็จะเพิ่มมากขึ้น ในทางบวก ด้วย และ ทักษะคติ ที่เป็นไป ในทางลบ ก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยน ทักษะคติ เดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวก ก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบ ก็จะกลับเป็นไปในทางบวก เมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของ ทักษะคติ แล้ว จะเห็นว่า องค์ประกอบสำคัญ ที่เชื่อมโยงให้บุคคลเกิด ทักษะคติ ต่อสิ่งต่าง ๆ ก็คือ การสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่า ทักษะคติ จะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การสื่อสารกับผู้อื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมี การสื่อสาร แทรกอยู่เสมอ กล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิด ทักษะคติต่อสิ่งต่าง ๆ

โรเจอร์ส (Rogers. 1973) กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการคือ

1. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
2. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร
3. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

การแสดงพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการนี้ จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสาร ได้รับข่าวสาร เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะก่อให้เกิด ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับเรื่องนั้น และการเกิดความรู้ความเข้าใจนี้ มีผลทำให้เกิด ทัศนคติ ต่อเรื่องนั้นและสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรม ที่กระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ตามมา

ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติ กับ พฤติกรรม (Attitude and Behavior)

ทัศนคติ กับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ มีผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ทัศนคติ มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ในขณะเดียวกัน การแสดงพฤติกรรมของบุคคลก็มีผลต่อ ทัศนคติ ของบุคคลด้วย อย่างไรก็ตาม ทัศนคติ เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม

เทรียนดิส (Triandis. 1971) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคล เป็นผลมาจาก ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม นิสัย และผลที่คาดหวังการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยการสื่อสาร (Attitude Change Communication)

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 5) กล่าวว่า ทัศนคติ ของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจโดยการได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นหรือจากสื่อต่างๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบของ ทัศนคติ ในส่วนของ การรับรู้ เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบ ส่วนอื่น จะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย กล่าวคือ เมื่อองค์ประกอบของทัศนคติ ในส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิดเปลี่ยนแปลง จะทำให้องค์ประกอบในส่วนของอารมณ์ (Affective Component) และองค์ประกอบในส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วย การเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ โดย การสื่อสารพิจารณาจากแบบจำลองการสื่อสาร

ลาสเวล (Lasswell. 1948) ซึ่งได้วิเคราะห์ กระบวนการสื่อสาร ในรูปของ ใคร พูดอะไร กับใคร อย่างไร และได้ผลอย่างไร ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นตัวแปรต้น และตัวแปรตาม กล่าวคือ ใคร (ผู้ส่งสาร) พูดอะไร (สาร) กับใคร (ผู้รับสาร) อย่างไร (สื่อ) ก็คือตัวแปรต้น ส่วนได้ผลอย่างไร (ผลของการสื่อสาร) ก็คือ ตัวแปรตาม ตัวแปรต้นทั้ง 4 ประการ ซึ่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ มีลักษณะดังนี้

ผู้ส่งสาร (Source) ผลของสารที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ ของบุคคลขึ้นอยู่กับ ผู้ส่งสาร ลักษณะของผู้ส่งสารบางอย่าง จะสามารถ มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นมากกว่าลักษณะอื่น ๆ เช่น ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ ความเชี่ยวชาญ (Expertness) และความน่า

ไว้วางใจ (Trustworthiness) ผู้ส่งสารที่มามีความน่าเชื่อถือสูง จะสามารถชักจูงใจได้ดีกว่า ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำนอกจากนี้บุคลิกภาพ (Personality) ของผู้ส่งสารก็มีความสำคัญต่อการยอมรับสาร (Message) ลักษณะของสารจะมีผลต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับของบุคคล ถ้าเตรียมเนื้อหาสารมาเป็นอย่างดีผู้รับสารก็อยากฟัง ดังนั้นการเรียงลำดับของเนื้อหาความชัดเจนของเนื้อหาสาร ความกระชับ เป็นต้น จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญ ต่อการสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพ สื่อ (Channel) หรือช่องทางการสื่อสาร เป็นเรื่องของประเภทและชนิดของสื่อที่ใช้ ผู้รับสาร (Receiver) องค์ประกอบของผู้รับสารที่จะทำให้เกิดการจูงใจที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ สถิติปัญญา ทักษะคิด ความเชื่อ ความเชื่อมั่นในตนเอง การมีส่วนร่วม การผูกมัด เป็นต้น

แมคไกวร์ (อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. 2537; อ้างอิงจาก McGuire) กล่าวว่า ตัวแปรทั้ง 4 ประการข้างต้นนี้ ก่อให้เกิดตัวแปรตาม คือผลของการสื่อสารเป็นไปตามลำดับขั้น 5 ขั้นหลัก คือ

1. ความตั้งใจ/ความสนใจ (Attention)
2. ความเข้าใจ (Comprehension)
3. การยอมรับต่อสาร (Yielding)
4. การเก็บจำสารไว้ (Retention)
5. การกระทำ (Action)

โดยผู้รับสารต้องผ่านไปที่ละขั้น เพื่อให้การสื่อสารจะสามารถเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด ได้ครบถ้วนตามกระบวนการ ซึ่งในสภาพการณ์ปกติขั้นตอนแรก ๆ จะต้องเกิดขึ้นก่อน เพื่อที่ขั้นตอนต่อ ๆ ไปจะเกิดขึ้นได้ การเปลี่ยนแปลงทักษะคิด โดยใช้อิทธิพลทางสังคม (Attitude Change: Social Influence) อิทธิพลทางสังคม มีผลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด และการตัดสินใจเพราะในขณะที่ตัดสินใจย่อมมีกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญ ต่อผู้ปวยเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่บุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง เป็นต้น

แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทักษะคิด

แมคไกวร์ และมิลแมน (McGuire; & Millman. 1965) กล่าวว่า แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด โดยใช้อิทธิพล ทางสังคม เกิดจากความเชื่อที่ว่า บุคคลจะพัฒนา ทักษะคิด ของตนเองในลักษณะใดนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากผู้อื่นในสังคม สิ่งที่มี อิทธิพลทางสังคม แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่เราใช้เป็นมาตรฐานสำหรับประเมิน ทักษะคิด ความสามารถของเรา หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปบุคคลจะใช้กลุ่มอ้างอิงเพื่อประเมิน ทักษะคิด ของตน และตัดสินใจว่า ทักษะคิด ของตนถูกต้องเพราะคิดว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มมี

ทัศนคติ เช่นเดียวกับคน วัดสันและจอห์นสัน (Watson; & Johnson. 1972) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติ ของบุคคลจะมีผลอย่างมากจากกลุ่มที่เขามีส่วนร่วม และกลุ่มที่เขาต้องการจะร่วมด้วย
2. ถ้าทัศนคติ ของบุคคลสอดคล้องกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่มจะเป็นการเสริมแรง (Reinforcement) ให้กับ ทัศนคติ นั้นมากขึ้นในทางตรงข้ามจะเป็นการลงโทษ (Penalty) ถ้าบุคคลนั้นมีทัศนคติไม่ตรงกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่ม
3. บุคคลที่ขึ้นอยู่กับกลุ่ม หรือติดอยู่กับกลุ่มมาก จะเป็นผู้ที่เปลี่ยนแปลง ทัศนคติ ได้ยากที่สุด ถ้าการเปลี่ยนแปลงนั้น เป็นความพยายาม ของบุคคลภายนอก
4. การสนับสนุน หรือเห็นด้วยกับทัศนคติบางอย่างของสมาชิกในกลุ่มแม้เพียง 1 คนเท่านั้น ก็สามารถลดอิทธิพลของกลุ่มใหญ่ ที่มีต่อ ทัศนคติ ของสมาชิกในกลุ่มได้
5. แม้เป็นเพียงสมาชิก 2 คนในกลุ่มเท่านั้นที่ยึดมั่นในความคิดหรือทัศนคติ บางอย่าง ก็จะมีอิทธิพลต่อสมาชิกในกลุ่มได้
6. การมีส่วนร่วมในการอภิปรายกลุ่มและการตัดสินใจกลุ่มจะช่วยลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ถ้ากลุ่มตัดสินใจยอมรับทัศนคติใหม่สมาชิกในกลุ่มก็จะยอมรับทัศนคติด้วย
7. ถ้าบุคคลเปลี่ยนแปลงกลุ่มอ้างอิงของตน ทัศนคติของบุคคลก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย

2. บุคคลอ้างอิง (Reference Individuals) หมายถึง บุคคลที่เราใช้เป็นมาตรฐานเพื่อประเมิน ทัศนคติ ความสามารถของเรา หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอิทธิพลของผู้อื่นที่มีต่อ ทัศนคติของบุคคล ตรงกับกระบวนการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เรียกว่า การเลียนแบบ (Identification) ซึ่งเป็นกระบวนการ ที่บุคคลรับเอา คุณสมบัติ ของผู้อื่น เช่น ความคิด ทัศนคติ พฤติกรรม เป็นต้นมาเป็นของตน ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของ ทัศนคติ ในส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มที่จะ เปลี่ยนแปลงด้วย บุคลากรทางการแพทย์ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารต้องมีความเชี่ยวชาญ (Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) จะทำให้มีความน่าเชื่อถือสูง สามารถชักจูงใจได้ ดีอีกทั้งมี บุคลิกภาพ (Personality) ดีก็จะมี ความสำคัญต่อ การยอมรับ นอกจากนี้หากข้อมูลข่าวสาร มีการเตรียมมาเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา, การเรียงลำดับ, ความชัดเจนตลอดจนมีความกระชับและมีช่องทางในการส่งที่เหมาะสม ผู้ให้บริการซึ่งเป็น ผู้รับสารก็อยากฟัง และมีแนวโน้มที่จะ ปรับเปลี่ยน พฤติกรรม ตามคำแนะนำหรือชักจูง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

ทฤษฎีนี้ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และ การยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้ จะเกิดขึ้น ในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทักษะ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสาร หรือ สื่อมวลชน ว่า เป็นตัวแปรต้นที่สามารถ เป็นตัวนำ การพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามใน การวัดความสำเร็จของการสื่อสาร เพื่อการพัฒนา

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman; & Kanuk. 1994: 657) กล่าวว่า ทักษะ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทักษะไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

สุรพงษ์ โสชนะเสถียร (2533: 118) จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญใน การนำ ข่าวสารต่าง ๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบ ว่า ขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อ ประชาชนได้รับทราบ ข่าวสารนั้น ๆ ย่อมก่อให้เกิด ทักษะ และเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะ สัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญ ในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้ บรรลุผลสำเร็จ ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ การที่คนเดินเท้ามีพฤติกรรมปฏิบัติตาม กฎจราจรได้ก็ต้อง อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้าง ทักษะ ที่ดีและเกิดการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสมโดยผ่านสื่อชนิดต่างๆไปยังประชาชน กลุ่มเป้าหมาย ซึ่ง ต้องประกอบด้วย (สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. 2533: 120-121)

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดย การเรียนรู้ จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสาน ระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับ สภาพจิตวิทยาด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้อง กับสภาพจิตใจ ของตนเอง ความรู้ จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อ พฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิง ความรู้ใน ทฤษฎีการสื่อสาร นั้นอาจ ปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการคือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความ สับสนให้ สมาชิกในสังคม ผู้รับสาร จึงมักแสวงหา สารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลาย เพื่อตอบ ข้อสงสัย และ ความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ ต่อ การปลูกฝังทัศนคติ นั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้าง ทัศนคติ ให้คนยอมรับการแพร่พันธุ์นวัตกรรมนั้นๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ ผู้รับสาร รับทราบระบบความเชื่อถือ หลากหลาย และลึกซึ้งไว้ใน ความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคมสื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ่มชัดขึ้น

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (โศกิตศุดา มงคลเกษม, 2539: 42; อ้างอิงจาก Carter V.Good, 1973: 325) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่างๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผลบุคคลควรจะต้องรู้เรื่อง เกี่ยวกับสิ่งนั้นเพื่อประกอบ การตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูล ต่างๆ ที่สนับสนุนและให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ซึ่งแจ้งให้บุคคลเกิดความเข้าใจและ ทัศนคติ ที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ ด้วย

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520: 16) กล่าวว่า ความรู้ เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1967: 271) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า ความรู้ เป็นสิ่งที่ เกี่ยวข้องกับ การระลึกถึง เฉพาะเรื่อง หรือเรื่องทั่วไป ระลึกถึงวิธี กระบวนการหรือสถานการณ์ต่างๆโดยเน้นความจำ ความรู้ ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำและการระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งออกเป็น

- 1.1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาโดยเฉพาะ
- 1.2. ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- 1.3. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้าง

ความเข้าใจ ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญาและทักษะเบื้องต้นแบ่งออกเป็น

แพทริก เมเรดิธ (Patrick Meredith. 1961: 10) ได้พูดถึงความรู้ว่า จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้หมายถึงความสามารถจดจำได้ ในบางสิ่งบางอย่าง ที่เราเข้าใจมาแล้ว

เบอร์กูน (Burgoon. 1974: 64) และ ริเวอร์, ปีเตอร์สัน และ เจนเซ็น (ประมะ สตะเวทิน, 2540: 116-117; อ้างอิงจาก River, Peterson; & Jensen. 1971: 283) ได้กล่าวถึง การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) ว่าเป็นลักษณะ อีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึคนึกคิดอุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่าง กันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวาง ในหลายเรื่อง มีความเข้าใจ สัพพัตม และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้ มักจะเป็น คนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึคนึกคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับ การเปิดรับข่าวสาร ของบุคคล นั้นเองรวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทาง ประชากร (การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคน ที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับกฎจราจร ก็มีโอกาสดที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้ รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับกฎจราจร รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลได้ต่อไป และเมื่อประชาชน เกิดความรู้เกี่ยวกับ กฎจราจร ไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม สิ่งที่เกิดตามมาก็คือ ทศนคติ ความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ (คาราวรรณ ศรีสุกใส, 2542 : 41)

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

อนงค์ เอื้อวัฒนา (2542: 36; อ้างอิงจาก พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2537: 659) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าหมายถึง ชอบ ชอบใจ พึงใจ สมใจ จูใจ

คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” ความหมายของความพึงพอใจในบริการสามารถจำแนกเป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (consumer satisfaction) และ job satisfaction ของผู้ให้บริการ ดังนี้

1.1 ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น 2 นัย ดังนี้

1.1.1 ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลเกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังการซื้อสถานการณ์หนึ่ง”

1.1.2 ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก สำหรับความหมายที่พบได้อย่างแพร่หลาย โอลิเวอร์ (Oliver) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า “ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง สภาวะการแสดงผลออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ” ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงผลออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า”

1.2 ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ตามแนวคิดของนักจิตวิทยาองค์การความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของงานอาจกล่าวได้ว่า “ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการแสดงผลออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์และผลตอบแทน (ได้แก่ ลักษณะงาน อัตราจ้าง โอกาสก้าวหน้า และผลประโยชน์) ที่ได้รับจากงานในระดับที่เป็นไปตามความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้” ความพึงพอใจทั้งสองลักษณะข้างต้น มีความหมายเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการบริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในสถานการณ์การบริการให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ หากองค์การสามารถสร้างความพึงพอใจในการบริการ โดยทำให้ผู้เกี่ยวข้องกับการบริการมีความรู้สึกในทางบวกอันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในระดับที่สอดคล้องหรือมากกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ในสถานการณ์การบริการที่เกิดขึ้น ย่อมก่อให้เกิดผลดีต่อกิจการบริการนั้นความหมายของความพึงพอใจ ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้ ดังนี้

ดิเรก ฤกษ์ร่าย (2528) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจมีความผูกพันกับหน่วยงานความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำและสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน ส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์การอีกด้วย

สนิท เหลืองบุตรนา (2529) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจ หมายถึง ท่าทีความรู้สึก ความคิดเห็นที่มีผลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายหลังจากที่ได้รับประสบการณ์ในสิ่งนั้นมาแล้วในลักษณะทางบวก คือ พอใจ นิยม ชอบ สนับสนุนหรือมีเจตคติที่ดีต่อบุคคลเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการในทางเดียวกัน หากไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการจะเกิดความไม่พอใจเกิดขึ้น

ชรินิ เดชจินดา (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงและไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

สง่า ภูณรงค์ (2540) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุข เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไปและเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ คือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

พิทักษ์ ทรุษทิบ (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาคือเฉย ๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้น

สุเทพ พานิชพันธุ์ (2541) ได้สรุปถึงสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการกิจกรรมต่าง ๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบการกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล
4. ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) คือ ความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการอยู่ร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบการกิจกรรม

ปรียากร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535) ได้สรุปว่า ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ใช้เป็นเครื่องมือชี้บ่งถึงปัญหาที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานนั้นมี 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยด้านบุคคล (personal factors) หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงาน เพศ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อายุ เวลาในการทำงาน การศึกษา เงินเดือน ความสนใจ เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านงาน (factor in the job) ได้แก่ ลักษณะงาน ทักษะในการทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลของบ้านและที่ทำงาน สภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านการจัดการ (factors controllable by management) ได้แก่ ความมั่นคงในงาน รายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ สภาพการทำงาน เพื่อนร่วมงาน ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร การนิเทศงาน เป็นต้น

อุกฤษฏ์ ทรงชัยสงวน (2543) ได้รวบรวมกลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบของแรงจูงใจไว้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation) ทฤษฎีนี้เขาได้เสนอความต้องการในด้านต่าง ๆ กัน ของมนุษย์เรียงลำดับจากความต้องการขั้นพื้นฐาน เพื่อการอยู่รอดไปจนถึงความต้องการทางสังคมและความต้องการยอมรับนับถือจากกลุ่มว่าตนมีคุณค่า และการพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น มาสโลว์ ถือว่าการเรียงลำดับความต้องการนี้มีความสำคัญ โดยมนุษย์จะมีความต้องการในระดับสูง ๆ ได้ก็ต่อเมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว

2. ทฤษฎีการจูงใจการบำรุงรักษาของ Herzberg ได้กล่าวถึงปัจจัยการจูงใจซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานด้านความพึงพอใจ ได้แก่ โอกาส ความสำเร็จ การยอมรับ ความรับผิดชอบ ความเจริญก้าวหน้า และปัจจัยการบำรุงรักษาซึ่งเป็นตัวขัดขวางความพึงพอใจ ได้แก่ นโยบายขององค์การสภาพการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

3. ทฤษฎีแรงจูงใจของ Mc Celland ซึ่งแบ่งความต้องการของมนุษย์ เป็น 3 ประเภท คือ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการมีอำนาจ และความต้องการความสัมพันธ์ โดยความต้องการความสำเร็จหรือที่เรียกว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นถ้าบุคคลใดมีสูงจะมีความปรารถนาที่จะทำสิ่งหนึ่งให้ลุล่วงไปด้วยดีและแข่งขันกันตามมาตรฐานอันดีเยี่ยม

4. ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคล จะประเมินความเป็นไปได้ของผลที่จะบังเกิดขึ้นแล้ว จึงดำเนินการปฏิบัติที่ตนคาดหวังไว้ การจูงใจขึ้นอยู่กับ การคาดหวังของมนุษย์ต่อผลที่เกิดขึ้น ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom นี้ ทำนายว่าบุคคลจะรวมกิจกรรมที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่เขาปรารถนา

คอตเลอร์ (Kotlor, 2000: 34-37) ในอดีตสิ่งที่บริษัทใดๆ จะต้องทำเป็นครั้งแรกก็คือการสร้างลูกค้า แต่ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์หลากหลายสินค้า ราคา และผู้ขาย ซึ่งผู้บริโภคจะประเมินว่าสิ่งที่

จะเลือกซื้อนั้นให้คุณค่าที่สูงสุดภายใต้ขอบเขตของต้นทุน ความรู้ รายได้และการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความหวังต่อคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจจากการซื้อและการซื้อซ้ำอีกในอนาคต

เมอร์ (Mors. 1955: 27; 1967: 81) กล่าวว่า ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” หมายถึง สิ่งที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เป็นการลดความตึงเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรือสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความชื่นใจ ตลอดจนสามารถสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น

เชลล์ (Shell. 1975: 252-268) ได้ กล่าวถึงทฤษฎีของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่ระบบย้อนกลับ ความสุขที่สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้มี ผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

จากการศึกษาของ Knob และ Stewart ได้ อ้างถึงเรื่องความพึงพอใจของปัจเจกบุคคลว่า มีความแตกต่างกันไปตามความแปรปรวนของการตอบสนองความพึงพอใจ มีพื้นฐานจากองค์ประกอบที่ซับซ้อน ลักษณะความพึงพอใจจะแสดงออกในรูปของอารมณ์ ซึ่งจากการศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ผ่านมาพบว่า มักมีการพิจารณาความพึงพอใจในแง่ของทัศนคติ แรงจูงใจ ความคาดหวัง การได้รับรางวัล และความสมดุลทางอารมณ์เป็นต้น

วรูม (Vroom. 1964: 99) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่ง นั้น โดยทัศนคติด้านบวก จะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพ ความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Rosenberg และ Holland กล่าวว่า ทัศนคติประกอบด้วยสามส่วน ส่วนที่หนึ่งเป็นความรู้ ความเข้าใจ กล่าวคือ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความนึกคิดอีกเรื่องหนึ่ง ส่วนที่สองเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์หรือความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์ ส่วนที่สามเป็นเรื่องเกี่ยวกับการกระทำหรือพฤติกรรม เป็นส่วนที่มีผลต่อการ กำหนดพฤติกรรม

วิลลิสท์ ทรายงูร (2526: 74) ให้ ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี – เลว พอใจ – ไม่พอใจ สนใจ – ไม่สนใจ เป็นต้น

จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนอง ตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดความพึงพอใจในการใช้บริการอาจจะกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ, 2534: 39) ที่มา:

<http://learners.in.th/file/bandparadise/Paradise2.doc>

คอตเลอร์ (วาร์ณี ดันตังศวานิช และคณะ, 2546 : 7; อ้างอิงจาก Kotler, 2003) กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ และลักษณะของการบริการ

สุมนา อยู่โพธิ (2539: 6-8) บริการคือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น

การบริการ หมายถึง กระบวนการ / กระบวนกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ หรือผู้ใช้บริการ นิยามแห่งคำศัพท์คำว่า บริการ ในสายตานักปฏิบัติมีนักบริหารงานบริการบางแห่ง จะสรรหาคำที่มีความหมายดี ๆ จำนวนหนึ่งมารวมกันโดยมีตัวอักษรตัวหน้าต่อกันแล้วอ่านได้ว่า Service พอดี

คุณลักษณะ 7 ประการแห่งการบริการที่ดี มีดังนี้

1. S = Smiling & Sympathy
 - 1.1. ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของลูกค้า
2. E = Early Response
 - 2.1. ตอบสนองความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจโดยมิได้เอ่ยปากเรียกหา
3. R = Respectful
 - 3.1. แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า
4. V = Voluntariness manner
 - 4.1. ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำ มิใช่ทำแบบเสียมิได้

5. I = Image Enhancing

5.1. แสดงออกซึ่งการรักษาภาพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์องค์กรด้วย

6. C = Courtesy

6.1. กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

7. E = Enthusiasm

7.1. มีความกระฉับกระเฉง และกระตือรือร้นขณะบริการ จะให้บริการมากกว่าที่คาดหวัง

เสมอ

ความสำคัญของการบริการ ได้กล่าวถึงจุดสำคัญของการบริการ มีสาระสำคัญดังนี้

- ความตรงต่อเวลา (On time)
- การบริการที่ดีจะต้องผูกใจคน (Human touch)
- ความทันทีทันใด (Promptness)
- สร้างความประทับใจในการให้บริการด้วยคุณภาพ
- การทำให้คนอื่นรู้สึกชื่นชมตัวเอง
- ต้องมีการปรับปรุงอยู่เสมอ
- ต้องแสวงหาเทคโนโลยีเพิ่มเติม
- ต้องมีการรับประกัน
- บริการที่ดี คือ บริการที่มีความไวต่อความรู้สึกของลูกค้า
- ต้องรักษาคำมั่นสัญญา
- ต้องมีเวลาให้กับลูกค้า
- ต้องมีความรวดเร็ว
- ต้องมีคำตอบที่แม่นยำให้กับลูกค้า
- บริการที่ดีต้องมีความสุภาพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2547: 812) ได้ให้ความหมายของคำว่า การบริการ คือ กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือ ความพึงพอใจที่บริษัทเสนอแก่ตลาด ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถแตะต้องได้

การให้บริการประกอบกับการขายผลิตภัณฑ์ (Serviceing of product) เป็นสิ่งที่จำเป็นเพราะผลิตภัณฑ์บางอย่างมีเทคนิคในการใช้งานสลับซับซ้อนต้องมีการดูแลบำรุงรักษาและซ่อมแซม บริษัทที่ขายผลิตภัณฑ์นั้นจึงต้องมีศูนย์กลางให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

คอตเลอร์ (Kotler, 1994: 464) กล่าวว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมใดๆ หรือการปฏิบัติที่กลุ่มหรือคณะหนึ่งสามารถเสนอสิ่งที่มองไม่เห็นเป็นตัวเป็นตนและไม่มีผลในการเป็นเจ้าของผลผลิตของบริการอาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้

รัชชา กุลวานิชไชยนันท์ (2535: 13) กล่าวว่า บริการเป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน ไม่อาจกำหนดความต้องการที่แน่นอนได้ เป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้าไม่มีผลผลิต ไม่อาจกำหนดปริมาณล่วงหน้าได้ เป็นงานที่ต้องตอบสนองทันที ผู้ให้บริการต้องพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลา และสิ่งที่ผู้รับบริการจะได้คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึก คุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

สมชาติ กิจยรรยง (2536: 42) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่จะให้บริการจึงควรมีคุณลักษณะที่สามารถจะอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

ศิริพร ตันติพลวินัย (2538: 59) กล่าวว่า บริการเป็นงานที่เราทำเพื่อผู้อื่น ทำแล้วผู้อื่นได้รับประโยชน์ และ ความพึงพอใจ และผู้กระทำต้องมีความสุขในงานด้วย

นพวรรณ อุณหิไวยะ (2545: 23) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมใดๆ หรือกระบวนการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น เพื่อได้รับประโยชน์และความพึงพอใจ เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เสนอในในสิ่งสำคัญที่มองไม่เห็นเป็นตัวตน และไม่มีผลในการเป็นเจ้าของผลผลิตของการบริการ อาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้

การจำแนก

ระดับของการบริการ

เลอฟล็อก (Lovelock, 1996: 50) ได้แบ่งการบริการออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการให้บริการของผู้ให้บริการ ดังต่อไปนี้

1. บริการที่มีการเผชิญหน้าสูง (High – Contract Service) มีส่วนร่วมกับการให้บริการโดยตลอด เกือบทุกระบวนการในการส่งผ่านบริการ หรืออีกนัยหนึ่งผู้บริโภคต้องเข้าไปในสถานที่ให้บริการ และอยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น

2. บริการที่มีการเผชิญหน้าปานกลาง (Medium – Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำกว่าบริการแรก ซึ่งผู้บริโภคจะเข้าไปในสถานที่ให้บริการ แต่ไม่ได้อยู่ที่นั่น ตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น บริการระดับนี้จะรวมถึงการให้บริการแบบช่วยเหลือตัวเอง (Self Service) ด้วย

3. บริการที่มีการเผชิญหน้าต่ำ (Low – Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำที่สุด หรืออาจไม่มีเลยก็ได้ ซึ่งบริการระดับนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการผ่านสื่อหรือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

ความสำคัญของการบริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2535: 15) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการบริการไว้ดังนี้

1. การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งอาศัยเทคนิคกลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนทำให้ชนะใจลูกค้าที่มาติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ
2. การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ หรือในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารด้วย
3. การบริการที่ดี จะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่มาติดต่อกับองค์กรเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการด้านอื่นๆอีกในอนาคต

ลักษณะของการบริการ

มนัสวี ธาดาสีห์ และคณะ (2545: 46) ได้อธิบายลักษณะของการบริการไว้ว่า การบริการมีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนสินค้าอื่น ดังนั้น ในการวางแผนการตลาดของธุรกิจบริการจะแตกต่างจากการวางแผนการตลาดอื่นๆ และบริการเองก็ยังมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของสินค้าอื่นๆ ด้วยมาก ลักษณะของการบริการ มีดังนี้

1. ไม่มีตัวตน (Intangibility) ผู้ซื้อไม่สามารถสัมผัส หรือมองเห็นการบริการ หรือทราบว่า จะได้รับการบริการในรูปแบบใดก่อนตกลงใจซื้อ การซื้อบริการจึงเป็นการซื้อด้วยความรู้สึก และความคาดหวัง การบริการสามารถสร้างความพึงพอใจ หรือไม่พอใจให้แก่ผู้ซื้อได้ ผู้ขายจึงต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าอย่างเต็มที่
2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) ระหว่างผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ เนื่องจากการให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน เป็นการขายตรงจากผู้ให้บริการไปยังผู้ให้บริการในขณะนั้นที่ละราย และผู้ให้บริการที่มีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นบริการแทนได้ จึงทำให้การขายกระทำได้ในปริมาณจำกัดและยังจำกัดในเรื่องเวลาอีกด้วย
3. มีความหมาย (Heterogeneity) ผู้ให้บริการแต่ละคนมีรูปแบบเทคนิคและวิธีการให้บริการเป็นของตัวเอง อาจเหมือนหรือแตกต่างจากผู้ให้บริการคนอื่น จึงเป็นการยากที่จะกำหนดมาตรฐานของการบริการได้ว่า รูปแบบใดมีมาตรฐานดีที่สุด คุณภาพของการบริการอาจขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจของผู้ให้บริการ และการตัดสินใจเรื่องคุณภาพของการบริการก็ขึ้นอยู่กับความพอใจของลูกค้าด้วย ดังนั้น การวางแผนพัฒนาการบริการเพื่อให้ได้คุณภาพดี ให้ลูกค้าได้รับความเสมอภาคและเท่าเทียมกันเป็นขั้นต่ำ และหากเพิ่มความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้เหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวังก็จะเป็นการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นเลิศ
4. ไม่สามารถสะสมได้ (Perishability) เนื่องจากการให้บริการไม่สามารถผลิตและเก็บไว้รอลูกค้าเหมือนสินค้าอื่นๆและความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาที่มีความไม่แน่นอน ความต้องการขึ้นลงตามฤดูกาลและปัจจัยอื่นๆ เช่น ความต้องการห้องพักในโรงแรมหรือร้านอาหาร

หากเตรียมไว้หรือเก็บรอไว้ถ้าลูกค้าไม่มา หรือถ้าไม่มีลูกค้ารายอื่นมารับบริการทดแทน การบริการนั้นจะสูญเปล่า ความต้องการที่ไม่แน่นอนนี้จะทำให้เกิดปัญหาไม่มีลูกค้า หรือให้บริการไม่ทันถ้ามีความต้องการพร้อมกันมากเกินไป จึงทำให้ต้องวางแผนการตลาดเพื่อกระจายและเพิ่มลูกค้าให้มาใช้บริการช่วงเวลาต่าง ๆ กัน เช่น การลดราคาห้องพักในช่วงฤดูฝนในราคาที่ต่ำกว่าปกติและเพิ่มการบริการส่วนอื่นๆ เข้าไปเพื่อจูงใจลูกค้า

แนวความและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

คำว่า พฤติกรรม หรือ Behavior นี้อธิบายความหมายได้สังเขปว่า คือ กิริยาอาการที่แสดงออกหรือการเกิดปฏิกิริยาเมื่อเผชิญกับสิ่งภายนอก การแสดงออกนี้อาจเกิดจากอุปนิสัยที่ได้สะสมหรือจากความเคยชินอันได้จากประสบการณ์และการศึกษาอบรมก็ตาม การแสดงออกนี้อาจเป็นได้ทั้งในรูปคล้อยตามหรือต่อต้าน และอาจเป็นได้ทั้งคุณและโทษทั้งเจ้าของพฤติกรรมเอง และหรือต่อสิ่งภายนอก เช่น หน่วยงานของเจ้าของพฤติกรรมนั้นก็ได้อีก

มุกดา สุขสมาน (2528: 81) ได้อธิบายว่า พฤติกรรม เป็นการกระทำ หรือ การแสดงออกของสิ่งมีชีวิต ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการอยู่รอดของชีวิตเบื้องต้น โดยเฉพาะพฤติกรรมมนุษย์ ยังเกิดความต้องการทางด้านจิตใจอีกด้วย เช่น ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการเหล่านี้ เนื่องจากความต้องการภายในของมนุษย์เอง

เสรี วงษ์มณฑา (2541: 55) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือ แนวโน้มการเกิดพฤติกรรม การซื้อ การเกิดพฤติกรรมจุดเริ่มต้นจากการเกิดความต้องการ (Need) แล้วเกิดความตึงเครียด (Tension) และเกิดความแรงกระตุ้น (Drive) แล้วยังได้รับอิทธิพลเพิ่มเติมจากการเรียนรู้ (Learning) และกระบวนการความเข้าใจของผู้รับข่าวสาร (Cognitive processes)

สุภัททา บิณฑะแพทย์ (2543: 1) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมว่า เป็นการกระทำของมนุษย์ที่แสดงออกทั้งด้านร่างกาย และจิตใจ (Mentally and Physically) พฤติกรรมของมนุษย์มีความซับซ้อน เนื่องจากพฤติกรรมส่วนหนึ่งเป็นพฤติกรรมทางจิต ซึ่งยากจะเข้าใจได้

ทฤษฎีเสริมแรง

ทฤษฎีเสริมแรง (Reinforcement Theories) หรือการปรับพฤติกรรม (Behavior modification) เป็นทฤษฎีที่ระบุว่า ผลลัพธ์ของพฤติกรรมในปัจจุบันของบุคคลได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมในอดีต

รูธ และ ไบเยร์ (Rue; & Byars. 2000: 450) หรือเป็นทฤษฎีที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถือเกณฑ์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมหนึ่ง กับผลของพฤติกรรมนั้น หรือหมายถึง กระบวนการพฤติกรรมของตน ซึ่งเกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต

B.F. Skinner นักจิตวิทยาจากมหาวิทยาลัย Harvard ได้พัฒนาทฤษฎีนี้ และได้นำมาใช้เป็นเทคนิคในการจูงใจ ทฤษฎีนี้เรียกว่า ทฤษฎีเสริมแรงด้านบวก (Positive Reinforcement) หรือการปรับพฤติกรรม (Behavior modification) ซึ่งเค้าคิดว่าแต่ละบุคคลจะได้รับการจูงใจ โดยการออกแบบที่เหมาะสมของสภาพแวดล้อมในการทำงาน และผลการปฏิบัติงาน ส่วนการกระทำที่ไม่เหมาะสมจะทำให้เกิดการเสริมแรงด้านลบ (Negative Reinforcement)

กฎของผลกระทบ (Law of Effect) เป็นทฤษฎีที่กำหนดโดย Edward Thorndike ในปี ค.ศ. 1911 ซึ่งระบุว่าพฤติกรรมกำหนดผลลัพธ์เชิงบวก (ที่พอใจ) ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมซ้ำ (Baterman; & snell, 1999: G-3) หรือเป็นการเกิดพฤติกรรมซ้ำ ซึ่งเป็นผลมาจากความพอใจในผลลัพธ์ แต่ถ้าผลลัพธ์ไม่เป็นที่น่าพอใจ เขาก็จะเลิกพฤติกรรมนั้น หรือมีพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากเดิม

องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการดังนี้

1. เป้าหมาย หรือความมุ่งหมาย (Goal) หรือ วัตถุประสงค์ หรือความต้องการซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรม เช่น ความต้องการมีหน้าตาในสังคม
2. ความพร้อม หมายถึง (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ และความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ
3. สถานการณ์ (Stuation) หมายถึง ลู่ทางหรือโอกาส หรือเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) เป็นการพิจารณาลู่ทาง หรือสถานการณ์เพื่อเลือกวิธีการที่จะสนองความต้องการให้เป็นที่พอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง (Responses) คือ การดำเนินการทำกิจกรรมตามที่ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว
6. ผลรับที่ตามมา (Consequence) คือ ผลที่เกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมนั้น ซึ่งอาจได้ผลตรงกันกับที่คาดไว้ (Confirm) หรือตรงข้ามกับที่คาดหวังไว้ (Contradict) ก็ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) เป็นปฏิกริยาที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการ จึงต้องกลับไปแปลความหมายใหม่ เพื่อเลือกวิธีที่จะตอบสนองความต้องการได้ แต่เห็นว่าเป้าประสงค์นั้นมันเกิดความสามารถ ก็ต้องยอมละเลิกความต้องการนั้นไปเสีย

ประเภทของพฤติกรรม

สุภัททา บิณฑะแพทย์ (2542: 2-5) พิจารณาประเภทพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในลักษณะต่างๆ ได้ดังนี้

1. พิจารณาจากพฤติกรรมที่ปรากฏด้วยการสังเกต
 - 1.1. พฤติกรรมภายนอก (Overt) คือ พฤติกรรมที่ปรากฏเห็นชัดเจน
 - 1.2. พฤติกรรมภายใน (Convert) พฤติกรรมที่ไม่ปรากฏให้สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจน
 2. พิจารณาจากแหล่งที่เกิดพฤติกรรม
 - 2.1. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในอินทรีย์ เมื่อบุคคลมีวุฒิภาวะ (Unlearned) เป็นพฤติกรรมความพร้อมที่เกิดขึ้น โดยมีธรรมชาติเป็นตัวกำหนดให้เป็นตามเผ่าพันธุ์ และวงจรชีวิต
 - 2.2. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยที่มีสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกระตุ้น (Learned) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากประสบการณ์ ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้
 3. พิจารณาจากแหล่งพฤติกรรมการแสดงออกของอินทรีย์
 - 3.1. พฤติกรรมทางกาย (Physiological Activities) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกโดยใช้อวัยวะของร่างกายอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การเคลื่อนไหวทางร่างกาย ด้วยแขน หรือขา การปรับเปลี่ยนอิริยาบถของร่างกาย การพยักหน้า การ โคร่งตัว เป็นต้น
 - 3.2. พฤติกรรมทางจิตใจ (Psychological Activities) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับความคิด ความเข้าใจหรือเกิดอารมณ์ เป็นต้น
 4. พิจารณาจากการทำงานของระบบประสาท
 - 4.1. พฤติกรรมที่ควบคุมได้ (Voluntary) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในความควบคุม และสั่งการด้วยสมองจึงสามารถแสดงพฤติกรรมได้ตามที่ต้องการ
 - 4.2. พฤติกรรมที่ควบคุมไม่ได้ (Involuntary) เป็นพฤติกรรมการทำงานของระบบอินทรีย์ที่เป็นไปโดยอัตโนมัติ เช่น กิริยาสะท้อน สัญชาตญาณ และการทำงานของระบบอวัยวะภายใน เป็นต้น
- การตรวจวัดพฤติกรรม**
- การตรวจวัดพฤติกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากมีองค์ประกอบต่างๆ มากมายที่ต้องนำมาพิจารณา แต่อย่างไรก็ตาม นักจิตวิทยาได้เสนอแนะการตรวจวัดพฤติกรรมไว้ ดังนี้
1. การตรวจวัดพฤติกรรมโดยใช้ระดับการเกิดพฤติกรรมที่ปรากฏเป็นเกณฑ์ในการวัด โดยใช้การสังเกตพฤติกรรม และประเมินค่าของพฤติกรรม 3 ด้าน ดังนี้
 - 1.1. ความถี่ (Frequency) วัดออกมาเป็นจำนวนครั้งของการเกิดพฤติกรรม
 - 1.2. ความเข้ม (Intensity) วัดออกมาเป็นความมากน้อยของพฤติกรรม
 - 1.3. ความแอบแฝง (Latency) วัดออกมาเป็นพฤติกรรมที่เปิดเผย หรือปิดบัง
- ข้อพิจารณา พฤติกรรมที่รุนแรงจะเกิดขึ้น เมื่อพฤติกรรมนั้นมีความถี่สูง มีความเข้มมากและมีการแอบแฝง การวัดพฤติกรรมเช่นนี้สามารถวัดได้ เนื่องจากการวัดเชิงปริมาณ (Quantity) ของการเกิดพฤติกรรม จำนวนครั้งของพฤติกรรม (Number) พลังงานที่ใช้ในการแสดงพฤติกรรม (Energy) และระยะเวลาที่เกิดพฤติกรรม (Duration of Time)

2. การตรวจวัดพฤติกรรม โดยใช้เครื่องมือทางจิตวิทยา พฤติกรรมที่มีความซับซ้อน ซึ่งต้องมีการวัดทางด้านความคิด และจิตใจเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น การตรวจวัดเชาว์ปัญญา ค่านิยม เจตคติ ความสนใจและความถนัด เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นการตรวจวัดพฤติกรรมที่เกิดจากการผสมผสานกัน เช่น การตรวจวัดบุคลิกภาพ การตรวจวัดสุขภาพจิต พฤติกรรมที่ซับซ้อนเหล่านี้ ไม่สามารถตรวจวัดได้ด้วยการสังเกตเพียงอย่างเดียว จำเป็นต้องใช้การตรวจวัดทางจิตวิทยา ซึ่งปัจจุบันได้มีการสร้างเครื่องมือในการตรวจวัดไว้หลายประเภท เช่น แบบทดสอบ วัสดุอุปกรณ์ในการทดสอบ ตลอดจนมีการวัดระยะเทียบ และวิธีการในการตรวจวัดอย่างมีระบบ มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

สิ่งที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์ (Behavioral Determinants)

ลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์แต่ละคนประกอบด้วย

1. ความเชื่อ (Belief) หมายถึงการที่บุคคลคิดว่าการกระทำบางอย่าง หรือปรากฏการณ์บางอย่างหรือสิ่งของบางอย่าง หรือคุณสมบัติของสิ่งของ หรือของบุคคลบางอย่างมีอยู่จริง หรือเกิดขึ้นจริง กล่าวโดยสรุปคือ การที่บุคคลหนึ่งคิดถึงอาจจะดีในแง่ของข้อเท็จจริง คือ เขาคิดว่าข้อเท็จจริงเป็นเช่นนั้น ซึ่งความคิดนี้อาจไม่ถูกต้องตามความเป็นจริงได้ แต่ถ้าเขาคิดว่าความจริงเป็นเช่นนั้นแล้ว นั่นคือ ความเชื่อของเขา

2. ค่านิยม (Value) คือแนวความคิดทั้งที่เห็นได้เด่นชัด และไม่เด่นชัด ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มบุคคลหนึ่งเกี่ยวกับว่าอะไรเป็นสิ่งที่ดี ซึ่งเป็นความคิดที่มีอิทธิพลให้บุคคลเลือกกระทำการอันใดอันหนึ่งจากวิธีการที่มีอยู่หลายวิธี หรือเลือกเป้าหมายอันใดอันหนึ่งจากหลายๆ อันที่มีอยู่

3. ทักษคติ หรือเจตคติ (Attitude) ทักษคติเป็นแนวโน้ม หรือขั้นเตรียมพร้อมของพฤติกรรม นักจิตวิทยาบางท่านเรียกว่า ทักษคติเป็นการตอบสนองสิ่งเร้าทางจิตใจ ซึ่งคล้ายกับการตอบสนองทางร่างกายต่างกัน แต่อย่างไรก็ดีออกกำลังทางกายเท่านั้นเอง ทักษคติแม้จะเป็นผู้กำหนดทิศทางของพฤติกรรม แต่ทักษคติได้กำหนดเวลาที่แสดงพฤติกรรม ทั้งยังไม่ได้กำหนดว่าควรแสดงพฤติกรรมมากน้อยเพียงใด สิ่งที่กำหนด เวลา ปริมาณของพฤติกรรมนั้น เรียกว่า แรงจูงใจ (Motive) ดังนั้นทักษคติจึงเป็นผู้วางแผนหรือทิศทางให้แรงจูงใจและแรงจูงใจเป็นผู้กำหนดพฤติกรรมอีกทอดหนึ่ง

4. บุคลิกภาพ(Personality)เป็นสิ่งที่บอกว่าบุคคลจะปฏิบัติอย่างไรให้สถานการณ์หนึ่งๆ การอธิบายว่าบุคลิกได้มาอย่างไรนั้น จะต้องอาศัยทฤษฎีทางจิตวิทยา คือ ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theory) มาอธิบายหลักของทฤษฎีนี้บ่งว่า คนหรือสัตว์ก็ทำตามถ้าพฤติกรรมได้นำมาซึ่งรางวัล(Reward of Reinforcement) สัตว์หรือคนสถานการณ์หนึ่งๆ การอธิบายว่าบุคลิกภาพได้มาอย่างนั้นจะต้องมีแนวโน้มพฤติกรรมแบบนั้นเมื่อมีโอกาส แต่ถ้าพฤติกรรมได้นำมาซึ่งการลงโทษ(Punishment)สัตว์หรือคนนั้นจะมีแนวโน้มที่จะไม่ทำเช่นนั้นอีก

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น พฤติกรรม เป็นการกระทำของมนุษย์ที่แสดงออกทั้งด้านร่างกายและจิตใจ(Mentally and Physically) และสิ่งที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ด้านลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์แต่ละคนก็คือ ความเชื่อ (Belief) ค่านิยม(Value) ทศนคติหรือเจตคติ (Attitude) บุคลิกภาพ (Personality) ส่วนกระบวนการอื่นๆ ทางสังคม ซึ่งไม่เกี่ยวกับลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์ สิ่งกระตุ้นพฤติกรรม (Stimulus Object) สภาพการณ์ (Situation) หรือสิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นบุคคลและไม่ใช่มนุษย์ ซึ่งอยู่ในสถานะที่บุคคลกำลังจะมีพฤติกรรม

แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 30) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาเรื่องการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) นักการตลาดจะตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้นั้น จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจผู้บริโภค เพราะถ้าไม่เข้าใจว่าผู้บริโภคคือใคร ไม่เข้าใจว่าเขาต้องการอะไร ชอบสิ่งใด ไม่ชอบสิ่งใด ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 192) ได้อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman; & Kanuk. 2000: G - 3) หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา (Solomon. 2002: 528) หรือหมายถึงการศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจและมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (2) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) คือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้เราจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

แบล็กเวลล์ และคนอื่นๆ (Blackwell; & others. 2001: 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลดำเนินการ เมื่อได้รับ เมื่อบริโภค และเมื่อจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ หรืออีกนัยหนึ่งคือ พฤติกรรมผู้บริโภคเคยถูกกล่าวถึงในแง่ว่าเป็นการศึกษาว่าทำไมคนถึงซื้อ เมื่อ นักการตลาดทราบถึง เหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคถึงซื้อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า(ยี่ห้อ)นั้น นักการตลาดสามารถนำเหตุผลนั้น ไปเป็นหลักในการพัฒนาและวางกลยุทธ์ที่สามารถมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ในภายภาคหน้า

คอตเลอร์ (วารุณี ตันติวงศ์วานิช; และคณะ. 2546: 67; อ้างอิงจาก Kotler. 2003) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Consumer buying behavior) หมายถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้ายไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือครัวเรือนที่ทำการซื้อสินค้าและบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว ผู้บริโภคคนสุดท้ายเหล่านี้รวมกันเป็นตลาดผู้บริโภค (Consumer market)

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคมีขั้นตอนต่างๆ ทางความคิดก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านมาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุปัจจัยให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุผลทางใจให้ซื้อด้วยเหตุผลหรือด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาถูกค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

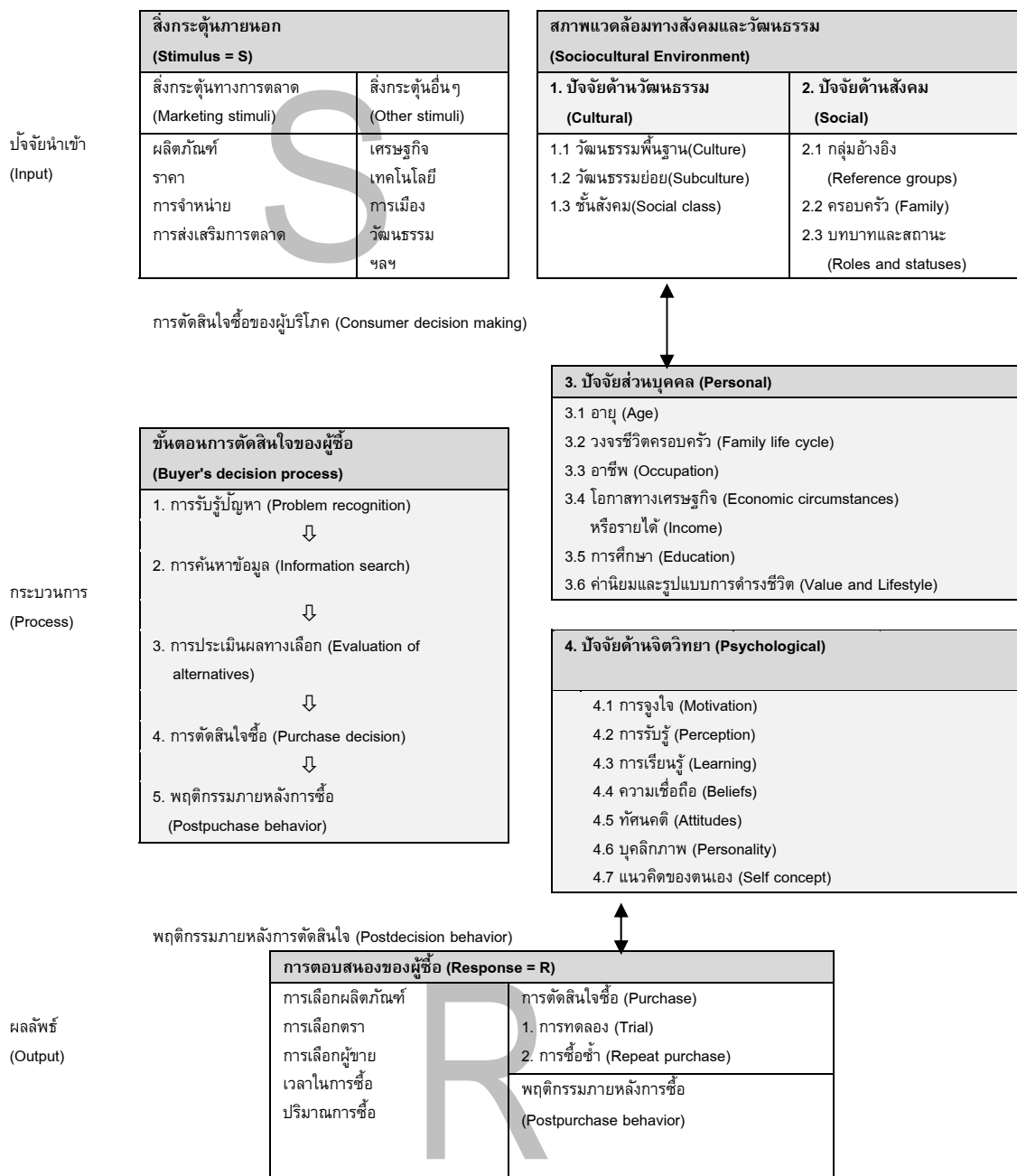
1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงิน อัตโนมัตสามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้านี้จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

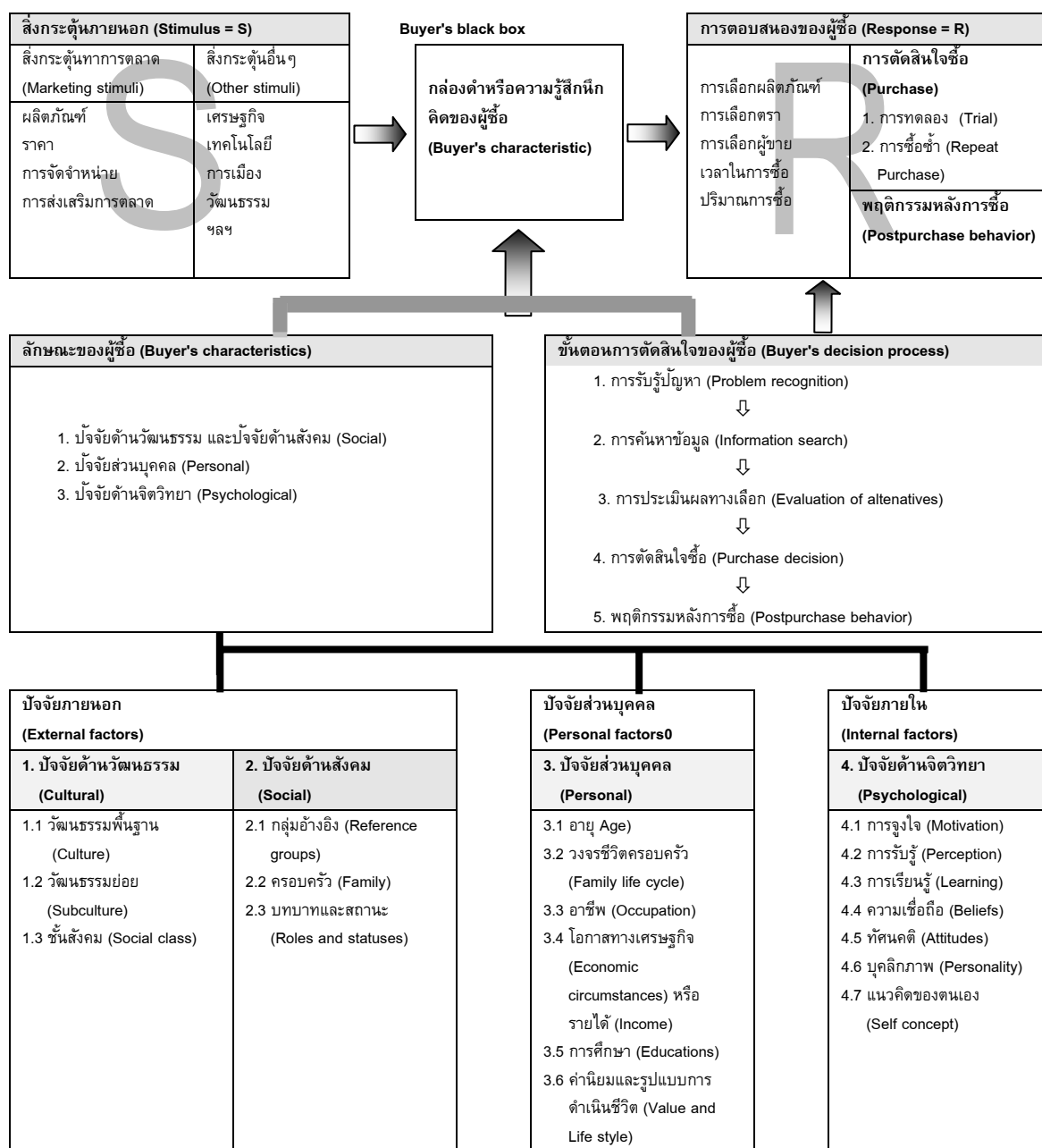
ปัจจัยภายนอก (External influences)



ภาพประกอบ 2 แสดงโมเดลอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค
(A Simple Model of Consumer Decision Making)

ที่มา: (Mchiffman ; & Kanuk. 2000: 7)

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค



ภาพประกอบ 3 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) [Model of Buyer (Consumer) Behavior] และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factors Influencing consumer's buying behavior)

ที่มา: Kotler. (2003: 184)

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอนคือ

2.2.1 การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา)

2.2.2 การค้นหาข้อมูล

2.2.3 การประเมินผลทางเลือก

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ

2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ซึ่งรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่างการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้า ผู้บริโภคมีทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมอบ เป็นต้น

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อใด เช่น โฟร์โมสต์ มะลิ เป็นต้น

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น ในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล

ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยภายใน (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Internal factors (Psychological) Influencing consumer behavior) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) เป็น ปัจจัย

ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกลึกซึ้งของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย (1) การจูงใจ (2) การรับรู้ (3) การเรียนรู้ (4) ความเชื่อถือ (5) ทศนคติ (6) บุคลิกภาพ (7) แนวคิดของตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การจูงใจ (Motivation) เป็นสภาพจิตใจภายในของบุคคล ซึ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Solomon. 2002: 530) การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชนทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ

2. การรับรู้ (Perception) เป็นขั้นตอนที่บุคคลมีการรับรู้ (Receive) จัดระเบียบ (Organize) หรือการกำหนด (Assign) ความหมายของสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า (Etzel, Walker; & Stanton. 2001: 9) หรือเป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรร (Select) จัดระเบียบ (Organize) และตีความ (Interpret) เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) เพื่อให้เกิดความหมายที่สอดคล้องกัน (Schiffman ; & Kanuk. 2000: 9) หรือ หมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่

3. การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ (Etzel, Walker ;& Stanton. 2001 : G-6) หรือหมายถึง ขั้นตอนซึ่งบุคคลได้นำความรู้และประสบการณ์ไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า และพฤติกรรมผู้บริโภค (Schiffman; & Kanuk. 2000: 7) หรือหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมหรือความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือ ทฤษฎีส่สิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง (Stimulus-Response (SR) Theory) นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขาย (ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทศนคติ ความเชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นที่มีอิทธิพลและทำให้เกิดการเรียนรู้ได้นั้นจะต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้า ตัวอย่างการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปการแจกของตัวอย่างจะมีอิทธิพลทำให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งการให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าจะดีกว่าการแถม เพราะการแถมนั้นลูกค้าต้องเสียเงินเพื่อซื้อสินค้า ถ้าลูกค้าไม่ซื้อสินค้าก็จะไม่เกิดการทดลองใช้สินค้าที่แถม

4. ความเชื่อถือ (Beliefs) หมายถึง ความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003: 198) หรือเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือในใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

5. ทักษะ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003 : 199) หรือหมายถึง แนวโน้มของการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความคิดที่มีลักษณะแสดงความพอใจหรือไม่พอใจ (Etzel, Walker ; & Stanton. 2001: 1) ทักษะเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทักษะ ทักษะของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อจะมีความสัมพันธ์กัน การเกิดของทักษะนั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือ เกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้า หรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น ถ้าหากการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเขานักการตลาดมีทางเลือกคือ (1) สร้างทักษะของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ (2) พิจารณาว่าทักษะของผู้บริโภคเป็นอย่างไร แล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทักษะของผู้บริโภค โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทักษะทำได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงทักษะของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้า เพราะต้องใช้เวลานานและใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารจึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงทักษะของบุคคลได้

6. บุคลิกภาพ (Personality) และทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ (Freud's Theory of motivation) บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่มีแนวโน้มทั้งที่ และสอดคล้องกัน (Blackwell, Minicard and Engel. 2001: 547) บุคลิกภาพสามารถใช้เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกตราสินค้าได้

7. แนวคิดของตนเอง (Self concept) เป็นความรู้สึกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เป็นสิ่งประทับใจของบุคคล ซึ่งจะกำหนดลักษณะของบุคคลนั้น (Blackwell, Minicard; & Engel. 2001: 548) แต่ละบุคคลจะมีบุคลิกส่วนตัวหรือแนวคิดของตนเองซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อ

นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยภายนอก อันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายใน รวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยจะนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจด้านราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อบริการใดๆ จะมีสาเหตุหรือปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ 2 ประการ (ศิริวรรณ เสงี่ยมรัตน์ และคณะ. 2541: 54) ได้แก่

1. การซื้อด้วยเหตุผล การซื้อด้วยเหตุผลเป็นการซื้อบริการโดยการหาข้อมูลมาเปรียบเทียบก่อนที่จะตัดสินใจเป็นลูกค้าธุรกิจให้บริการหนึ่ง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าการใช้บริการนั้นมีความ

คุ้มค่าหรือไม่ การตัดสินใจแบบนี้มักพบในเพศชายมากกว่าเพศหญิง สาเหตุประการหนึ่งอาจมาจากเพศชายมีภาวะทางอารมณ์ที่ค่อนข้างคงที่และมั่นคงกว่าเพศหญิง

นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้ากลุ่มที่ซื้อด้วยเหตุผลนี้ให้เห็นคุ้มค่าอย่างแท้จริง ด้วยการให้ข้อมูลที่เหมาะสมและชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรกระทำอย่างยิ่งในยุคนี้ เนื่องจากลูกค้ามีการศึกษามากขึ้น การให้ข้อมูลเป็นการกระตุ้นภาวะการตัดสินใจโดยอาศัยข้อมูลที่มีเหตุผล

2. การซื้อด้วยอารมณ์ การซื้อด้วยอารมณ์มักเกิดกับเพศหญิงมากกว่าเพศชาย การตัดสินใจแบบนี้จะเป็นการตัดสินใจใช้บริการอย่างรวดเร็วเมื่อได้รับข้อมูลบางอย่างที่มากกระตุ้นต่อมความต้องการ การลดราคาเป็นการกระตุ้นต่อมให้เกิดพฤติกรรมทันที นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้าให้มากขึ้น เนื่องจากจะเป็นกลุ่มที่ยอมจ่ายเงินมากสำหรับการบริการในครั้งหนึ่งๆ เพื่อแลกกับความสะดวก ความสบาย ความสวยงาม และความหรูหรา

ประวัติ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) CPN

บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) CPN ก่อตั้งขึ้นวันที่ 17 มิถุนายน 2523 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศูนย์การค้าขนาดใหญ่แบบครบวงจร เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2538 ปัจจุบันมีทุนที่ออกและชำระแล้วทั้งสิ้น 2,178,816,000 บาท โดยมีบริษัท เซ็นทรัลโฮลดิ้ง จำกัด และบุคคลในตระกูลจิราธิวัฒน์เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทได้ดำเนินธุรกิจด้านบริหารศูนย์การค้า และ อสังหาริมทรัพย์ และในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นช่วงถดถอย ทำให้หลายๆ ธุรกิจต้องทำการแข่งขันเพื่อเพิ่มยอดขายหรือกำไรให้กับทางบริษัทเป็นอย่างมาก ทางบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา เองก็ต้องจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำงานเพื่อดึงลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้า ไม่ว่าจะเป็นการจัดโปรโมชัน และการจัดการแสดง Event ต่างๆ และต้องเพิ่มช่องทางต่างๆ เพื่อให้พนักงานขายสามารถทำการขาย และ ปิดการขายพื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งในการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ระบบการทำงานมีความรวดเร็วและทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านต่างๆ ทั้งทางด้านลูกค้า ผู้เช่าพื้นที่ และพนักงานเอง ทางบริษัทเซ็นทรัล พัฒนา เองก็มีความจำเป็นต้องนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเพื่อช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นงาน ณ สถานที่ใด ก็สามารถทำงานได้ตลอดเวลา ดังนั้นทำให้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กรเองเป็นระบบที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการใช้อย่างมาก และเพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการ การทำงานอย่างรวดเร็วทางหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงจำเป็นต้องมีมาตรฐานในการทำงานที่ดีขึ้นเพื่อให้การบริการในด้านต่างๆ ของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นมาตรฐานที่ได้ตั้งไว้ในระดับสากล และเพื่อให้การทำงานด้านการให้บริการในด้านต่างๆ สอดคล้องกับมาตรฐานสากลทางบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จึงได้ทำการสำรวจทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งได้แก่ ทัศนคติด้านบริการทางโทรศัพท์ ทัศนคติด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง และ ทัศนคติด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เพื่อนำผลที่จะได้จากสำรวจ พนักงานภายในบริษัทที่เข้ามาขอรับการให้บริการทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ นำมาปรับปรุงแก้ไขให้ระบบการทำงานภายในองค์กรเป็นไปตามมาตรฐานที่ยอมรับได้ในระดับสากล (ISO: 27001)

การพัฒนองค์กรและทรัพยากรบุคคลของ CPN

CPN มุ่งมั่นในการพัฒนองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านการบริหารจัดการให้เป็นมาตรฐานระดับสากลยิ่งขึ้น ผู้บริหารทุกหน่วยงานได้ทุ่มเทร่วมกันในการผลักดันและขับเคลื่อนกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในเชิงแข่งขันและเพื่อให้ CPN เป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นกลยุทธ์อย่างแท้จริง (Strategic Focused Organization) ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ภายใต้การริเริ่มของสำนักงานวางแผนกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ (Strategic Planning and Business Policy Office) ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2549 เพื่อเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการวิเคราะห์กำหนดทิศทางขององค์กร อำนาจให้เกิดการประสานงานที่สอดคล้องกันทั่วทั้งองค์กร และปรับใช้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพต่างๆ เพื่อพัฒนองค์กร คณะกรรมการตลอดจนผู้บริหารทุกระดับได้ร่วมกันพิจารณาความพร้อมของบริษัท จุดแข็งและจุดอ่อน ตลอดจนโอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจในการที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ที่จะเป็น “ผู้นำด้านการพัฒนาศูนย์การค้า ด้วยมาตรฐานระดับโลก (The Leading Retail Developer with World-Class Experience)” ตามกรอบระยะเวลาดำเนินการในปี 2551-2553 และได้กำหนดกลยุทธ์ทั้งในระดับองค์กรและระดับหน่วยงาน รวมทั้งปรับวิธีการกำหนดงบประมาณของแต่ละหน่วยงานโดยคำนึงถึงเป้าหมายเชิงกลยุทธ์เป็นหลัก และนำหลักการ Balance Scorecard มาปรับใช้ในการพิจารณาความสำเร็จผ่านตัวชี้วัดในระดับองค์กร (Corporate KPLs) และระดับฝ่าย/แผนก (Division / Department KPLs) ทั้งนี้โครงการพัฒนองค์กรในรอบปี 2550 ที่ผ่านมาสรุปลงได้ดังนี้



จากปรัชญาในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งสร้างการเจริญเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้ถือหุ้น คู่ค้า พนักงาน ลูกค้า และสังคม CPN จึงได้สร้างสรรค์ประสบการณ์แห่งความคุ้มค่า (Rewarding Experience) ผ่านหลากหลายกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างสัมพันธภาพอันดีโดยมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมส่งเสริม และพัฒนาสู่เป้าหมายเพื่อความสำเร็จในการเติบโตร่วมกัน สำหรับ

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในศูนย์การค้า รวมถึงการจัดกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลและกระชับความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้นและนักลงทุนตลอดจนลงทุน ตลอดจนรณรงค์เพื่อสร้างการรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญด้านบรรษัทภิบาล ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง



“ทุ่มเทเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์แห่งความพึงพอใจ”

CPN มุ่งมั่นให้ทุกคนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทั้งแนวคิด วิธีการหรือนวัตกรรมใหม่ๆ ในเชิงบวก เพื่อพัฒนาปรับปรุงการทำงานและผลงานที่ดีขึ้น เพื่อสร้างความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของ CPN

“ทุ่มเทเพื่อความเชื่อมั่นศรัทธา”

CPN ยึดมั่นในการสร้างความไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น โดยมุ่งพัฒนาบุคลากร ให้มีความน่าเชื่อถือ ความเที่ยงตรง ความยุติธรรม การร่วมคิดร่วมทำ รวมถึงกระทำการใดๆ โดยคิดถึงผลประโยชน์ขององค์กรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นสำคัญ

“ทุ่มเทเพื่อความเป็นเลิศ”

CPN มุ่งเน้นให้บุคลากรทุกส่วนงานทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ ผลักดันให้เกิดผลงานตามเป้าหมายที่กำหนด โดยใส่ใจและตระหนักถึงทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพงาน แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ และจริงจังในงานที่ทำใส่ใจต่อการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจและบริการ

“ทุ่มเทเพื่อความสำเร็จร่วมกันของพันธมิตร”

CPN เน้นย้ำให้บุคลากรสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น โดยให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือ สนับสนุนและมีส่วนร่วมทำงานกับทีมหรือบุคคลต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วยความเต็มใจ



จากความมุ่งมั่น ทีมพัฒนาองค์กร ด้วยวิสัยทัศน์ “ ผู้นำด้านการพัฒนาศูนย์การค้าด้วยมาตรฐานระดับโลก “ CPN ได้ปรับกระบวนการทางธุรกิจ พัฒนาศักยภาพบุคลากร ยกระดับมาตรฐานการให้บริการที่เป็นเลิศ ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นกลยุทธ์อย่างแท้จริง Strategic Focused Organization ตามแนวทางรางวัลคุณภาพแห่งชาติผ่านกระบวนการทำงานที่ประสานสอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในเชิงแข่งขัน สร้างสรรค์ผลงานด้วยความเชื่อมั่นสู่การเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

การปลูกฝังค่านิยมองค์กรและหลักบรรษัทภิบาลที่ดี

เพื่อหล่อหลอมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งหวังและการยึดมั่นในหลักบรรษัทภิบาลที่ดี CPN จึงได้ทบทวนค่านิยมและหลักบรรษัทภิบาลให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรในปัจจุบันโดยวัตถุประสงค์หลักของปี 2550 เป็นการสร้างความตระหนักในค่านิยมที่ว่า “ สร้างสรรค์ด้วยความเชื่อมั่น สู่ความเป็นเลิศร่วมกัน “ เพื่อณรงค์ส่งเสริมจึงได้จัด Roadshow ภายในโครงการ” การเดินทางของค่านิยม (Values Journey)”ให้กับบุคลากรทุกระดับทุกส่วนงานกว่า 1800 คน นอกจากนั้นยังมีการมอบรางวัลดีเด่นทางวัฒนธรรมให้แก่พนักงานเพื่อแสดงความมุ่งมั่นของ CPN ที่มีต่อหลักบรรษัทภิบาลที่ดีอย่างแท้จริง

การพัฒนามาตรฐานการให้บริการเพื่อการบริการที่เป็นเลิศ Service Excellence

จากวิสัยทัศน์ของ CPN ที่จะพัฒนาการบริการให้มีความเป็นเลิศเทียบเท่าสากล ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญยิ่ง ดังนั้นเพื่อสร้างชื่อ “CPN” ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในด้านการบริหารโครงการศูนย์การค้า CPN จึงดำเนินโครงการพัฒนามาตรฐานการให้บริการในระหว่างปี 2550 โดยได้จัดทำคู่มือการให้บริการจุดสัมผัสลูกค้าหลักและสื่อสารรูปแบบพฤติกรรมและบทสนทนาที่เหมาะสมให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บริการของ CPN ในทุกส่วนงานอยู่บนมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งถือเป็นก้าวแรกที่จะนำไปสู่การบริการที่เป็นเลิศที่กำหนดไว้

การปรับปรุงกระบวนการธุรกิจ (Business Process Improvement –BPI)

เพื่อให้กระบวนการทำงานขององค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงขึ้น ในทุกปี CPN จะศึกษาและกำหนดกระบวนการทางธุรกิจที่ต้องพัฒนาหรือปรับปรุงเพื่อให้ระบบการทำงานสอดคล้องกับสภาพการณ์และก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนั้นเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และปรับปรุงระบบการทำงานให้มีความเลิศ CPN ยังรณรงค์ให้บุคลากรในทุกส่วนงานและระดับชั้นได้เสนอโครงการเพื่อชิงรางวัล CPN Quality Awards ซึ่งถือเป็นรางวัลอันทรงเกียรติซึ่งรางวัลนี้ จะตัดสินโดยผู้บริหารระดับสูงร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ธุรกิจหลักของ CPN

- ธุรกิจพัฒนาศูนย์การค้าขนาดใหญ่ 10 โครงการ
- ธุรกิจให้เช่า
- ธุรกิจให้บริการพื้นที่ค้าปลีกในศูนย์การค้า
- ธุรกิจพัฒนาและให้เช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน
- อาคารที่พักอาศัยเป็นธุรกิจสนับสนุนเพื่อเพิ่มประโยชน์จากการใช้ที่ดินเพื่อขยายฐานรายได้และสนับสนุนธุรกิจศูนย์การค้าให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น
- ธุรกิจเสริม เช่น บริการสวนน้ำ สวนพักผ่อน และศูนย์อาหาร



บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)

สถานที่ตั้ง

ชั้น 30-33 อาคารดิออฟฟิศเอส แอท เซ็นทรัล
เวิลด์

เลขที่ 999/9 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน

เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ ๑ 10330

โทรศัพท์ : + 66(0) 2667 5555

โทรสาร : + 66(0) 2264 5593

เว็บไซต์ของบริษัท : www.cpn.co.th

การแบ่งธุรกิจตามแหล่งที่มาของรายได้ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม

1. ศูนย์การค้า

ธุรกิจศูนย์การค้าเป็นธุรกิจหลักซึ่งเป็นที่มาของรายได้มากกว่าร้อยละ 70 ของรายได้รวม รายได้จากธุรกิจศูนย์การค้านี้ประกอบด้วย รายได้ค่าเช่าพื้นที่ค้าปลีก , รายได้จากการให้บริการระบบสาธารณูปโภค , ระบบรักษาความปลอดภัย , บริการรักษาความสะอาดภายในศูนย์การค้า 8 โครงการ นอกจากนี้ CPN ยังมีรายได้จากการเป็นผู้บริหารอสังหาริมทรัพย์ให้กับกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ CPN รีเทล โกรท CPNRF จำนวน 2 โครงการ

การพัฒนาโครงการ ศูนย์การค้าของ CPN จะเริ่มตั้งแต่การจัดหาที่ดินที่เหมาะสมในการพัฒนาโครงการศูนย์การค้า การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ การควบคุมการออกแบบและบริหารงานก่อสร้าง การบริหารงานขาย ตลอดจนเป็นผู้บริหารศูนย์การค้าหลังจากที่ศูนย์การค้าเปิดให้บริการแล้ว ปัจจุบัน CPN มีศูนย์การค้าภายใต้การบริหาร 10 โครงการ ดังนี้

เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว	เริ่มดำเนินการ	ธันวาคม 2525
เซ็นทรัลพลาซ่า งามอินทรา	เริ่มดำเนินการ	พฤศจิกายน 2536
เซ็นทรัลพลาซ่า บางนา	เริ่มดำเนินการ	ธันวาคม 2536
เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า	เริ่มดำเนินการ	มีนาคม 2538
เซ็นทรัลพลาซ่า เซ็นเตอร์ พัทยา	เริ่มดำเนินการ	กรกฎาคม 2538
เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต	เริ่มดำเนินการ	มีนาคม 2539
เซ็นทรัลเวิลด์	เริ่มดำเนินการ	ธันวาคม 2545
เซ็นทรัลพลาซ่า รัตนาธิเบศร์	เริ่มดำเนินการ	ธันวาคม 2546

โครงการที่ให้เช่าแก่ CPNRF

เซ็นทรัลพลาซ่า รัชดา-พระราม 3

เซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 2

2. อาคารสำนักงาน

ธุรกิจอาคารสำนักงาน เป็นการพัฒนาอาคารสำนักงานให้เช่าในบริเวณโครงการศูนย์การค้า เนื่องจากมีอุปสงค์ที่ส่งเสริมกันกับธุรกิจศูนย์การค้าและเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับโครงการจากการใช้ประโยชน์ที่ดินผืนเดียวกันได้อย่างคุ้มค่า รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้และบริหารที่จอดรถ ในการตัดสินใจที่จะพัฒนาอาคารสำนักงานในบริเวณโครงการศูนย์การค้าใดนั้นจะพิจารณาจากความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง อุปสงค์และอุปทานของพื้นที่สำนักงานในบริเวณนั้นๆ เป็นสำคัญ ปัจจุบัน CPN มีอาคารสำนักงานในบริเวณโครงการศูนย์การค้ารวมทั้งสิ้น 4 โครงการ ได้แก่ เซ็นทรัลพลาซ่า

ลาดพร้าว , เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า , เซ็นทรัลพลาซ่า บางนา , และ เซ็นทรัลเวิลด์ (อาคารสำนักงาน ดิออฟฟิศ แอท เซ็นทรัลเวิลด์) โดยกลุ่มผู้เช่าพื้นที่ ส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์สนับสนุนจากธุรกิจศูนย์การค้า อาทิ โรงเรียน สถานเสริมความงาม และบริษัทหลักทรัพย์ เป็นต้น สำหรับอาคารสำคัญ ดิออฟฟิศ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ เป็นอาคารสำนักงาน เกรด A ตั้งอยู่ธุรกิจใจกลางกรุงเทพฯ ผู้เช่าส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทชั้นนำทั้งในและต่างประเทศซึ่งมาเช่าเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่

3. อาคารสำหรับพักอาศัย

ปัจจุบัน CPN มีอาคารสำหรับพักอาศัยภายใต้การบริหารงานรวมทั้งสิ้น 2 โครงการ ได้แก่ โครงการหลังสวน โคโลเนด ซึ่งให้บริการในรูปแบบของอพาร์ทเมนต์ และที่พักอาศัยที่เป็นห้องชุดให้เช่า จำนวน 12 ห้อง ภายในโครงการเซ็นทรัลซิตี เรสซิเดนซ์ คอนโดมิเนียม ซึ่งตั้งอยู่บริเวณเดียวกับโครงการศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า บางนา

4. สวนน้ำและสวนพักผ่อน

สวนน้ำและสวนพักผ่อน จัดเป็นธุรกิจสนับสนุนธุรกิจศูนย์การค้าซึ่งเป็นธุรกิจหลักของ CPN เพื่อให้ศูนย์การค้ามีความหลากหลายขององค์ประกอบและการให้บริการ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการสร้างสวนน้ำ และสวนพักผ่อนขึ้นในบริเวณโครงการศูนย์การค้า นั้น นอกจากจะเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นแล้ว ยังเป็นการตอบสนองความสุขให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการและชุมชนในบริเวณใกล้เคียง ทั้งนี้ขึ้นกับความเพียงพอของที่ดินและพื้นที่ภายในโครงการนั้นๆ ปัจจุบัน CPN ได้เปิดบริการสวนน้ำภายใต้ชื่อ “ สวนน้ำลีโอลแลนด์ “ บริเวณชั้น 6 ของโครงการเซ็นทรัลพลาซ่า บางนา และสวนพักผ่อนภายใต้ชื่อ “ เซ็นทรัล พาร์ค “ ซึ่งเป็นสวนพักผ่อนขนาดใหญ่ที่เปิดบริการแก่ประชาชนทั่วไป บริเวณโครงการเซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 2 ซึ่งประกอบด้วย สวนสุขภาพ สนามเด็กเล่น ลานกิจกรรม และร้านอาหารชั้นนำ

5. ศูนย์อาหาร

ธุรกิจศูนย์อาหารเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สร้างความครบถ้วนให้กับศูนย์การค้า โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์การค้าได้รับความสะดวกในการลิ้มรสอาหารที่หลากหลายในราคาประหยัด สะดวกและ รวดเร็ว ในขณะที่ CPN จะได้รับผลตอบแทนรายได้จากการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณศูนย์อาหาร



เซ็นทรัลพัฒนา ในวันนี้

ตลอดระยะเวลา 27 ปีที่ผ่านมา บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และก้าวขึ้นสู่การเป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อธุรกิจค้าปลีกที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดในประเทศไทย ในวันนี้ CPN ได้พัฒนาและบริหารศูนย์การค้าชั้นนำ 10 แห่ง อาคารสำนักงาน 5 แห่ง และอาคารที่พัก 2 แห่ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา CPN สามารถเปิดศูนย์การค้าแห่งใหม่ได้เฉลี่ยปีละ 1 แห่ง และจะพยายามรักษาอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วเช่นนี้ต่อไปในอนาคต

กลยุทธ์ทางธุรกิจในระยะยาวของ CPN ก็คือ การพัฒนาศูนย์การค้าภายใต้มาตรฐานระดับสากลในทำเลที่มีศักยภาพสามารถสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด นอกจากนี้ยังมีแผนการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศในอนาคต



เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว // พื้นที่ค้าปลีกรวม 78,700 ตร.ม.พื้นที่สำนักงานรวม 27,500 ตร.ม.

เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว ศูนย์การค้าครบวงจรแห่งแรกของประเทศไทย ประกอบด้วย อาคารสำนักงาน โรงแรมห้าดาว โรงภาพยนตร์ขนาด 9 โรง ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ร้านค้าปลีกที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ และคอนเวนชันฮอลล์ขนาด 9,000 ตร.ม. เซ็นทรัล ลาดพร้าวไม่เพียงเป็นศูนย์การค้าครบวงจรแห่งแรกในกรุงเทพฯ เท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์การค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดแห่งหนึ่งโดยสามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการได้มากกว่า 40 ล้านคน

เซ็นทรัลพลาซ่า รามอินทรา // กรุงเทพมหานคร // มีพื้นที่ค้าปลีกรวม 23,500 ตร.ม.

ศูนย์การค้าแห่งนี้สร้างขึ้นตามแนวความคิดให้เป็นศูนย์การค้าสำหรับครอบครัวและชุมชน ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ร้านค้าปลีก ร้านอาหาร พร้อมโรงภาพยนตร์ ขนาด 6 โรง และด้วยการจัดให้มีกิจกรรมสำหรับครอบครัวและชุมชนอย่างสม่ำเสมอ และบริการขนส่งสาธารณะเข้าถึง เซ็นทรัลพลาซ่า รามอินทรา จึงเป็นศูนย์การค้าสำหรับครอบครัวและชุมชนอย่างสมบูรณ์

เซ็นทรัลพลาซ่า บางนา // กรุงเทพมหานคร // มีพื้นที่ค้าปลีกรวม 113,000 ตร.ม. พื้นที่อาคารสำนักงานรวม 10,000 ตร.ม. พื้นที่พิกอาศัย 2,000 ตร.ม.

เซ็นทรัลพลาซ่า บางนา ตั้งอยู่ทางตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ และได้รับการออกแบบให้เสมือนเมืองใหญ่ ซึ่งประกอบด้วยอาคารศูนย์การค้าสูง 6 ชั้น คอนโดมิเนียม ทาวเวอร์ และอาคารสำนักงานสูง 37 ชั้น นอกจากนั้นยังมีโรงภาพยนตร์ สวนน้ำ และศูนย์การค้ารวม เครื่องเล่นเกมสันทนสมัยไว้บริการ เซ็นทรัลพลาซ่า บางนา ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้อยู่อาศัยแถบตะวันออกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งนับเป็นชุมชนที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว

เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า // กรุงเทพมหานคร // มีพื้นที่ค้าปลีกรวม 104,500 ตร.ม. พื้นที่อาคารสำนักงานรวม 48,300 ตร.ม.

เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า ศูนย์การค้าครบวงจรทางตะวันตกของกรุงเทพฯ อยู่ในทำเลที่สามารถตอบสนองความต้องการของกำลังซื้อหลากหลายกลุ่มอย่างเหมาะสม อาทิ สถาบันการศึกษา สำนักงาน และชุมชนที่พักอาศัย ประกอบด้วยร้านค้าปลีกชั้นนำ อาคารที่พักอาศัย อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล และโรงภาพยนตร์ 8 โรง

เซ็นทรัลพลาซ่า รัชดา-พระราม 3 // กรุงเทพมหานคร // มีพื้นที่ค้าปลีกรวม 98,000 ตร.ม.

เซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 3 ตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจใหม่ของกรุงเทพฯ ใกล้สำนักงานใหญ่ธนาคารชั้นนำถึง 5 แห่งและเป็นศูนย์การค้าครบวงจรที่พร้อมด้วยสถานบันเทิงเพียงแห่งเดียวในรัศมี 5 กิโลเมตร ประกอบไปด้วยร้านค้าปลีกหลากหลาย ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ศูนย์อาหาร โบว์ลิงขนาด 26 เลน โรงภาพยนตร์ 9 โรง และศูนย์รวมเครื่องเล่นเกมส์ทันสมัย

เซ็นทรัล เซ็นเตอร์ พัทยา // ชลบุรี // มีพื้นที่ 29,000 ตร.ม.

เซ็นทรัล เซ็นเตอร์ พัทยา เป็นโครงการที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าหลากหลาย ทั้งผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น ผู้เดินทางไปร่วมการประชุม สัมมนา ชาวกรุงเทพฯ ที่เดินทางไปพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ และนักท่องเที่ยวอีกกว่าสองล้านคนที่เดินทางไปเยือนพัทยาในแต่ละปี เซ็นทรัล เซ็นเตอร์ พัทยา นอกจากจะเป็นศูนย์รวมสถาปัตยกรรมแบบเขตร้อนที่ตกแต่งไว้อย่างสวยงามแล้ว ยังประกอบด้วย บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ พร้อมโรงภาพยนตร์ขนาด 5 โรง

เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต // เชียงใหม่ // มีพื้นที่ค้าปลีกรวม 107,000 ตร.ม.

เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เป็นศูนย์การค้าและศูนย์รวมความบันเทิงที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ รองรับผู้เข้ามาใช้บริการถึง 6 ล้านคนต่อปี ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน โรงภาพยนตร์ขนาด 7 โรง ห้องประชุมเอนกประสงค์ และโซนสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงของทางภาคเหนือ ให้เลือกอย่างครบครันและสะดวกสบาย

เซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 2 // กรุงเทพมหานคร // มีพื้นที่ค้าปลีก 161,500 ตร.ม.

เซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 2 ตั้งอยู่บนทางหลวงสายหลักทางทิศใต้ของกรุงเทพฯ บนพื้นที่ในเขตที่อยู่อาศัยที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วเพียบพร้อมด้วยร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ซูเปอร์มาร์เก็ต ศูนย์อาหาร โบว์ลิง 30 เลน และโรงภาพยนตร์ขนาด 10 โรง

เซ็นทรัลพลาซ่า รัตนธิเบศร์ // นนทบุรี // มีพื้นที่ค้าปลีก 105,000 ตร.ม.

CPN เข้าซื้อกิจการสยามจัสมักรัตนธิเบศร์ เมื่อเดือน ธันวาคม 2546 พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อและปรับโฉมให้เป็นศูนย์การค้าเพื่อชุมชนที่มีบรรยากาศความเป็นครอบครัว ที่ให้ทั้งความอบอุ่น สะดวกสบายครบครัน ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ สمارท์เทค ไอที เซ็นเตอร์ โฮมเวิร์ค และออฟฟิศดีโป พร้อมทั้งโรงภาพยนตร์ และ โบว์ลิง เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้เป็นศูนย์การค้าสำหรับครอบครัวอย่างแท้จริง

เซ็นทรัลเวิลด์ // กรุงเทพมหานคร // พื้นที่ค้าปลีก 302,100 ตร.ม. พื้นที่สำนักงาน 127,400 ตร.ม.

ปรากฏการณ์ใหม่ของศูนย์การค้าในประเทศไทยได้เริ่มขึ้น เดือน สิงหาคม 2549 เมื่อเซ็นทรัลเวิลด์ได้เปิดตัวขึ้นในใจกลางกรุงเทพมหานครและเป็นช้อปปิ้งคอมเพล็กซ์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยรูปแบบดีไซน์ชั้นแนวหน้าและความมีชีวิตชีวาแห่งศตวรรษที่ 21 เซ็นทรัลเวิลด์กลายเป็นจุดศูนย์กลางของวิถีการดำเนินชีวิตอันน่าตื่นตาตื่นใจอย่างรวดเร็ว และสามารถดึงดูด

ผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกได้เป็นอย่างดี ในศูนย์การค้าประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ZEN และ Isetan ร้านค้าแบรนด์ดังระดับสากล โรงภาพยนตร์ครบวงจรขนาด 15 โรง และอุทยานการเรียนรู้ TK PARK นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบที่ช่วยเสริมศักยภาพความสมบูรณ์พร้อมของโครงการด้วยคอนเวนชันเซ็นเตอร์ใจกลางเมืองที่ใหญ่ที่สุดของกรุงเทพมหานคร อาคารสำนักงานระดับดีเยี่ยม 45 ชั้น โรงแรมระดับ 5 ดาว ขนาด 500 ห้อง



โครงการเซ็นทรัลพลาซ่า แจ้งวัฒนะ

ที่ตั้ง : บนถนนแจ้งวัฒนะ อ. ปากเกร็ด จ.นนทบุรี

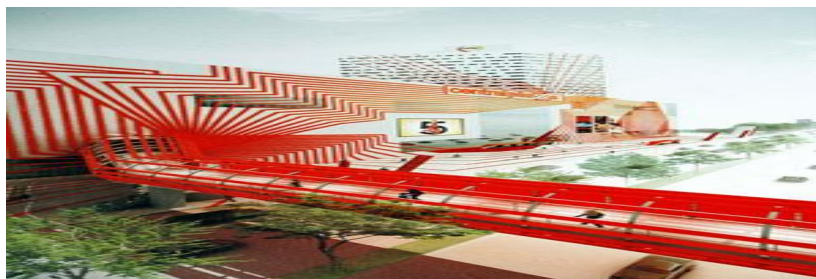
ขนาดโครงการ: ที่ดินรวมกว่า 24 ไร่

ผู้เช่า : บีทูเอส, ท็อป มาร์เก็ต , ซูเปอร์สปอร์ต , พาวเวอร์บาย , ออฟฟิศดีโป , โรงภาพยนตร์ SFX ฯ

ศักยภาพของโครงการ :

- >> โครงการศูนย์การค้าที่สมบูรณ์แบบและครบวงจรที่สุดบนถนนแจ้งวัฒนะ
- >> โคดเด่นด้วยเทคโนโลยีดีไซน์ และคำนึงถึงการออกแบบอาคารให้ประหยัดพลังงาน
- >> การคมนาคมที่สะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงโครงการทั้งจากถนนวงแหวนและทางด่วน
- >> ได้รับการสนับสนุนด้วยกำลังซื้อจากแหล่งพักอาศัย อาคารสำนักงาน ศูนย์ราชการ โรงพยาบาล และ

สถานศึกษา ที่อยู่รายล้อมโครงการและพื้นที่ใกล้เคียง เช่น จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี เป็นต้น



โครงการในอนาคต

โครงการเซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยา บีช

ที่ตั้ง : บนชายหาดพัทยากลาง อ.บางละมุง จ.ชลบุรี ขนาดโครงการ : ที่ดินรวมกว่า 22 ไร่

ผู้เช่า : บีทูเอส, ท็อปมาร์เก็ต, ซูเปอร์สปอร์ต, พาวเวอร์บาย, ออฟฟิศไป้, โรงภาพยนตร์ SFX และทรูฟิตเนส

ศักยภาพของโครงการ

- >> โครงการศูนย์การค้าชายหาดธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย
- >> ตั้งอยู่ในใจกลางพัทยา ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกของประเทศไทย
- >> การคมนาคมสะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงโครงการ จากถนนหลวงและทางด่วนพิเศษ สนามบินนานาชาติ
- >> ดีไซน์ที่โดดเด่นเปิดรับวิวทะเล ทั้งร้านอาหารและเครื่องดื่ม และลานกิจกรรม
- >> กำลังการซื้อจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

โครงการเซ็นทรัลพลาซา ชลบุรี

ที่ตั้ง : ถนนสุขุมวิท อ.เมือง จ.ชลบุรี ขนาดโครงการ : ที่ดินรวมกว่า 63 ไร่

ผู้เช่า : ผู้เช่าหลักและผู้เช่ารายย่อย ประกอบด้วยร้านค้าสินค้า และ ศูนย์บริการต่างๆ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และศูนย์ความบันเทิงที่หลากหลายและครบครัน

ศักยภาพของโครงการ

>> โครงการแวดล้อมด้วยศูนย์กลางธุรกิจและนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่อีสเทิร์น ซีบอร์ด และแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีและใกล้เคียง >> การคมนาคมที่สะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงโครงการ



โครงการเซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น

ที่ตั้ง : อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ขนาดโครงการ : ที่ดินรวมกว่า 35 ไร่

ผู้เช่า : ผู้เช่าหลักและผู้เช่ารายย่อย ประกอบด้วยร้านค้าสินค้า และ ศูนย์บริการต่างๆ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และศูนย์ความบันเทิงที่หลากหลายและครบครัน รวมกว่า 200 ร้านค้า

ศักยภาพของโครงการ

- >> โครงการแวดล้อมศูนย์การค้าที่ใหญ่และครบวงจรที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- >> โครงการแวดล้อมด้วยศูนย์ธุรกิจและการค้า ศูนย์การศึกษาและหน่วยราชการ โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้เป็นศูนย์การส่งออกการค้าในแถบภูมิภาคอินโดจีน
- >> สนับสนุนด้วยกำลังซื้อที่หนาแน่นจากประชากรในพื้นที่และกว่า 9 จังหวัดใกล้เคียง



โครงการเซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 9

ที่ตั้ง : บริเวณสี่แยกรัชดาภิเษกตัดกับถนนพระราม 9

ขนาดโครงการ : ที่ดินรวมกว่า 15 ไร่

ความคืบหน้าของโครงการ>> รูปแบบโครงการกำลังอยู่ในระหว่างศึกษารายละเอียด



โครงการบนที่ดินบริเวณโรงเรียนเตรียมทหารเก่า

ที่ตั้ง : บริเวณสี่แยกถนนพระราม 4 ตัดกับถนนวิฑู

ขนาดโครงการ : ที่ดินรวมกว่า 40 ไร่

ความคืบหน้าของโครงการ

>> สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินได้ประกาศให้เป็นผู้ชนะการประมูล เพื่อเป็นผู้พัฒนาที่ดินผืนดังกล่าวเป็นระยะเวลา 30 ปี

โครงการต่างประเทศ

CPN อยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ของการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ ด้วยเล็งเห็นถึงโอกาสการเติบโตทางธุรกิจและเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง โดยให้ความสนใจในการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียที่มีศักยภาพซึ่งมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง

ทั้งนี้การขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศยังคงอยู่บนพื้นฐานของหลักการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ดังนั้น CPN จึงจัดให้มีทีมงานเพื่อศึกษาในรายละเอียดของสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การประกอบธุรกิจ และความเสี่ยงของแต่ละประเทศที่ CPN จะเข้าไปขยายธุรกิจ เพื่อให้

การขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ เกิดความเสี่ยงที่ยอมรับได้และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าที่สุด โดยเป็นไปตามหลักความระมัดระวัง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัลยา คำรงค์ศักดิ์ (2544) ได้ทำการศึกษา เปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพบริการ เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ กรณีศึกษาโรงพยาบาลวิภาวดี ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้รับบริการได้ให้ความสำคัญขององค์ประกอบบริการดังนี้ ความเชื่อถือไว้วางใจ ความเป็นรูปธรรมในการบริการ ด้านการตอบสนอง ด้านเชื่อมั่นในการบริการ ด้านเข้าถึงความรู้สึของผู้รับบริการ สำหรับผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการพบว่า ผู้บริการส่วนใหญ่ไม่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาล ซึ่งมีความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และความเชื่อมั่นด้านบริการอยู่ในระดับต่ำ โดยถือว่าองค์ประกอบทั้ง 2 ด้าน มีความสำคัญที่สุดในด้านบริการ

นวรรตน์ ชูธรรมขจร (2546) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการงานทะเบียนของสำนักเขตในกรุงเทพมหานคร ใน 6 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านความเสมอภาค ด้านประสิทธิภาพของงาน ด้านการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง พบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ที่มีการศึกษาต่างกัน ที่มีอาชีพต่างกัน การใช้ประเภทของบริการที่ต่างกัน ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ต่างกัน จำนวนครั้งของประชาชนที่มาใช้บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการงานทะเบียนของสำนักงานเขตในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการที่มีอายุต่างกัน การใช้ประเภทของบริการที่ต่างกัน และ จำนวนครั้งของประชาชนที่มาใช้บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านความเสมอภาค ด้านประสิทธิภาพของงาน ด้านสถานที่ และด้านการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ณภัทร เตะงานสุวรรณ (2543) ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท 3 เอ็ม ประเทศไทย จำกัด” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท 3 เอ็ม ประเทศไทย จำกัด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของบริษัทฯ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีรูปแบบของกิจกรรมเป็นแบบร้าน Car Care มีประเภทของกิจการเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ และมีสถานที่ตั้งของกิจการอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนในด้านความพึงพอใจของลูกค้าด้านการให้บริการของพนักงานขาย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับพอใจทั้งหมด และจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าข้อมูลจำเพาะของลูกค้าในด้านต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ

บุศรา เพชรศิริพันธุ์ (2546) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสายเทคโนโลยีธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการให้บริการของสายเทคโนโลยี ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านคุณภาพของการให้บริการของสายเทคโนโลยีศักยภาพของพนักงานสายเทคโนโลยีในการให้บริการ การติดตามและแก้ไขปัญหาทางาน และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานในสายบัตรเครดิตจำแนกตามเพศ อายุ งาน กลุ่มงาน ระดับการศึกษา สาขาวิชา และ ความรู้ความเข้าใจในการบริการสายเทคโนโลยี ตลอดจนรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ของพนักงานสายบัตรเครดิตที่มีต่อการให้บริการของสายเทคโนโลยี ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่า

1. พนักงานสายบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการบริการของสายเทคโนโลยี อยู่ในระดับมีความรู้ค่อนข้างมาก
2. พนักงานสายบัตรเครดิตมีความพึงพอใจในการให้บริการของสายเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับเฉยๆ

สุวรรณ มาศเมฆ (2540) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ ในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวง-มหาวิทยาลัยต่อการดำเนินการเกี่ยวกับจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา จำนวน 283 คนพบว่า ทุกแห่งให้ความสำคัญของการนำระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการดำเนินการกิจของมหาวิทยาลัย/สถาบัน โดยได้กำหนดเป็นนโยบายอย่างเห็นชัด ทั้งในลักษณะของการพัฒนานุคลากรรองรับ การจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ให้เพียงพอ และใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามสถานภาพของการใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันยังคงประสบปัญหาการใช้อยู่บ้าง ได้แก่ความเร็วของการแลกเปลี่ยนข้อมูลความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ บุคลากรในส่วนการบำรุงรักษาและดูแลพัฒนาระบบเครือข่ายยังไม่เพียงพอสำหรับการให้บริการอย่างทั่วถึง

ชินวัตร จรรณานิมิตร (2549) ความพึงพอใจในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ อันได้แก่ ลักษณะด้านบริการข้อมูล ด้านเทคโนโลยี และด้านเครื่องมืออุปกรณ์ ผู้วิจัยทำการ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากพนักงานจำนวน 366 คน สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที, ค่าเอฟ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนเท่ากันส่วนมากเป็นตำแหน่งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ มีช่วงอายุ 30 ปี – 40 ปี มี

ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท – 20,000 บาท มีอายุการทำงาน 10 ปี ขึ้นไป ถึง 15 ปี ความพึงพอใจการใช้ระบบอินทราเน็ตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ พบว่าคุณลักษณะทางด้านเพศ, ตำแหน่ง และอายุการทำงาน ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในส่วน อายุ ระดับ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ความพึงพอใจการใช้ระบบอินทราเน็ต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ต่อการใช้ระบบอินทราเน็ตของธนาคารกรุงศรีอยุธยาฯ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและ ในด้านบริการข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และด้านเครื่องมืออุปกรณ์ มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ระบบอินทราเน็ตของธนาคารฯ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และเครื่องมืออุปกรณ์ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจในการใช้ระบบอินทราเน็ตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

สรุปได้ว่า จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดย

ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ของ ประมะ สตะเวทิน (2538: 112 - 118) ซึ่งได้จำแนกลักษณะประชากรศาสตร์เป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระดับรายได้ และอายุงานเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามส่วนที่หนึ่ง

สำหรับแนวคิดทางด้านทัศนคติ ซึ่งได้แก่ ทัศนคติด้านบริการทางโทรศัพท์ ทัศนคติด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง ทัศนคติด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ซึ่งหลักทางด้านทัศนคติ ได้นำหลักของ สุพิณ เกษคุปต์ (2537: 46) ทัศนคติหมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และเชื่อว่าความรู้สึกนี้จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น และทางด้านการบริการ ได้นำหลักของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2547: 812) ได้ให้ความหมายว่า การบริการ คือ กิจกรรมผลประโยชน์ หรือ ความพึงพอใจที่บริษัทเสนอกับตลาด ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถแตะต้องได้ และการบริการทั้ง 3 ด้านเป็นแนวคิดของทางบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่ได้จัดทำขึ้นมา เพื่อทำการสำรวจพนักงานภายในบริษัท ว่ามีทัศนคติอย่างไรต่อการบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อไปดำเนินการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการให้เป็นได้ตามมาตรฐาน

สำหรับแนวคิดทางด้านความพึงพอใจ ได้นำหลักการของ ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2528) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติในทางบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้เกิดความกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ และสิ่งเหล่านั้นจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน

แนวคิดสุดท้ายเป็นแนวคิดทางด้านพฤติกรรม ได้นำหลักของ มุกดา สุขสมาน (2528: 81) ได้อธิบายว่า พฤติกรรม เป็นการกระทำ หรือ การแสดงออกของสิ่งมีชีวิตที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการอยู่รอดของชีวิตเบื้องต้น โดยเฉพาะพฤติกรรมมนุษย์ ยังเกิดความต้องการทางด้านจิตใจอีกด้วย

จากแนวคิดและผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดชื่อเรื่อง กรอบแนวคิด การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย กำหนดสมมุติฐาน สร้างแบบสอบถาม ในการวิจัย เรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานของบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 700 คน ศึกษาเฉพาะสำนักงานใหญ่เท่านั้น เหตุผลที่เลือกเฉพาะสำนักงานใหญ่เพราะว่าส่วนใหญ่การใช้งานจะเป็นการรวมศูนย์ที่สำนักงานใหญ่ (แหล่งข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลปี 2009)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นพนักงานของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) (เฉพาะที่สำนักงานใหญ่) ที่มีการขอใช้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คำนวณจากพนักงานเซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ทั้งหมดเฉพาะสำนักงานใหญ่ ซึ่งมีทั้งหมด 700 คน โดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง (Actual Population) และได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1979:1088) และให้มีค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 มีรายละเอียดในการคำนวณดังนี้

สูตรการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

กำหนดให้ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดของประชากร
 e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 5%
 แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{700}{1 + 700(.05)^2}$$

$$n = 254.55 \approx 255$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ เท่ากับ 255 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนตัวอย่าง อีก 25 ตัวอย่าง หรือ 10% เพื่อเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจึงเท่ากับ 280 ตัวอย่าง

วิธีการเก็บตัวอย่างมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.) ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างเป็นสัดส่วนทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

ลำดับที่	ระดับตำแหน่ง	ประชากร (คน)	ตัวอย่าง (คน)
1.	ผู้บริหารระดับสูง	25	10
2.	ผู้บริหารระดับกลาง	240	96
3.	พนักงานระดับปฏิบัติการ	435	174
	รวม	700	280

2.) ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบวิธีเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บ
 จนกว่าจะได้จำนวนตัวอย่างครบตามจำนวน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดทัศนคติและความพึงพอใจขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำมาปรับใช้กับแนวทางในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง หน่วยงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ ซึ่งมีลักษณะเป็น Checklist ที่เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Close end Question) ให้เลือกตอบ (Multiple Choice Question) โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2538:112-118) ซึ่งได้จำแนกลักษณะประชากรศาสตร์เป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระดับรายได้ และ อายุงาน เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม

โดยคำถามแต่ละข้อแสดงประเภทของข้อมูลดังนี้

1. ตำแหน่งงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งตามระดับชั้นของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งบุคลากรของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ผู้บริหารระดับต้น ผู้บริหารระดับกลาง พนักงานระดับปฏิบัติการ
2. หน่วยงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ ตรวจสอบภายใน, สำนักกรรมการบริหาร, พัฒนามูลค่า, การตลาด, บริหารสื่อฯ, ร้านค้าสัมพันธ์, กฎหมาย, CSR, บัญชี การเงิน, แคมเปญ, อาคาร, ธุรกิจ จัดซื้อ
3. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ ชาย และหญิง
4. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล ของบริษัทเซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ปี2009 โดยใช้การสอบถามอายุเฉลี่ยของพนักงานที่เข้าปฏิบัติงานนานที่สุด ซึ่งอายุสำหรับการเกษียณการทำงานคือ 55 ปี และน้อยที่สุดคือ 21 ปี ซึ่งการกำหนดช่วงอายุของพนักงานคำนวณได้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2549: 130)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{55 - 21}{4} \\
 &= 8.5 \\
 &= 9 \text{ ปี}
 \end{aligned}$$

จากการคำนวณช่วงอายุของพนักงาน สามารถกำหนดช่วงอายุผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 พนักงานที่มี 21 – 29 ปี

กลุ่มที่ 2 พนักงานที่มีอายุระหว่าง 30 – 38 ปี

กลุ่มที่ 3 พนักงานที่มีอายุระหว่าง 39 – 48 ปี

กลุ่มที่ 4 พนักงานที่มีอายุมากกว่า 49 ปีขึ้นไป

5. ระยะเวลาในการทำงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล โดยใช้การสอบถามอายุงานเฉลี่ยของพนักงานที่เข้าปฏิบัติงานนานที่สุดเฉลี่ยคือ 20 ปี ซึ่งการกำหนดช่วงอายุของพนักงานคำนวณได้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสงีรัตน์ และ คณะ.2549: 130)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{20 - 1}{4} \\
 &= 4.75 \\
 &= 5 \text{ ปี}
 \end{aligned}$$

จากการคำนวณช่วงอายุของพนักงาน สามารถกำหนดช่วงอายุผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 พนักงานที่มีอายุงานต่ำกว่า 1 ปี

กลุ่มที่ 2 พนักงานที่มีอายุงานระหว่าง 1 – 5 ปี

กลุ่มที่ 3 พนักงานที่มีอายุงานระหว่าง 6 – 10 ปี

กลุ่มที่ 4 พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป

6. รายได้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ปี 2009 โดยเกณฑ์ของเงินเดือน วุฒิการศึกษา ประสบการณ์จากทำงานที่ผ่านมา และลักษณะงานที่เป็นงานเฉพาะด้าน เช่น บัญชี , IT เป็นรายได้โดยเฉลี่ย โดยสามารถกำหนดกลุ่มของรายได้ได้ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 พนักงานที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท
 กลุ่มที่ 2 พนักงานที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท
 กลุ่มที่ 3 พนักงานที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 40,001 – 60,000 บาท
 กลุ่มที่ 4 พนักงานที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 60,001 – 80,000 บาท
 กลุ่มที่ 5 พนักงานที่มีรายได้มากกว่า 80,000 บาท

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ทักษะคิดต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งหมด 3 ด้าน

1. ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ จำนวน 5 ข้อ คือ ข้อ 1-5
2. ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง จำนวน 5 ข้อ คือ ข้อ 6-10
3. ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จำนวน 5 ข้อ คือ ข้อ 11-16

ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 16 ข้อ เป็นคำถามที่มีลักษณะแบบสอบถามปลายปิด ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert's Rating Scale) ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง ดีมาก
 ระดับ 4 หมายถึง ดี
 ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง
 ระดับ 2 หมายถึง ควรปรับปรุง
 ระดับ 1 หมายถึง ควรปรับปรุงอย่างมาก

ในการประเมินผลใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541: 25,56) เป็นการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยแต่ละระดับชั้น มีดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อัตราภาคชั้น (ความกว้างของชั้น)} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 \text{ชั้นต่ำสุด} &= 0.80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์เฉลี่ยในด้าน ทักษะคิดต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง พนักงานมีทักษะคิดต่อการให้บริการในระดับดีมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง พนักงานมีทักษะคิดต่อการให้บริการในระดับดี

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง พนักงานมีทักษะคิดต่อการให้บริการในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง พนักงานมีทักษะคิดต่อการให้บริการในระดับควร

ปรับปรุง

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง พนักงานมีทักษะคิดต่อการให้บริการในระดับควร

ปรับปรุงอย่างมาก

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม ให้เลือกตอบ จำนวน 3 ข้อ และแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ให้เลือกตอบจำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Interval Scale) จำนวน 3 ข้อ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง พอใจอย่างมาก

ระดับ 4 หมายถึง พอใจ

ระดับ 3 หมายถึง เฉยๆ

ระดับ 2 หมายถึง ไม่พอใจ

ระดับ 1 หมายถึง ไม่พอใจอย่างมาก

ในการประเมินผลใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (ฐศิริ วงศ์รัตนะ. 2541: 25,56) เป็นการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยแต่ละระดับชั้น มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาคชั้น (ความกว้างของชั้น)} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ \text{ชั้นต่ำสุด} &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์เฉลี่ยในด้าน ความพึงพอใจโดยรวมของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจ

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับไม่พอใจ

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับไม่พอใจอย่างมาก

3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของงานวิจัย
2. ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจ และการบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม
3. นำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาสร้างแบบสอบถามตามนิยามศัพท์เฉพาะ
4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและขอคำแนะนำเพื่อมาปรับปรุงและแก้ไขให้เหมาะสม
5. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์เสนอแนะ
6. ศึกษาในรายละเอียดของแบบสอบถามกับอาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของแบบสอบถามและความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยให้สัมประสิทธิ์อัลฟา(Coefficient Alpha) ของ ครอนบัค (Cronbach)

ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) เกณฑ์ในการประเมินค่า Cronbach's Alpha (ผศ. (พิเศษ) ดร. ศิริพงศ์ พฤทธิพันธุ์, ระเบียบวิจัยธุรกิจ. 140.)

กรณีค่า Cronbach's Alpha	น้อยกว่า 0.6	ไม่ดี (ไม่น่าเชื่อถือ)
กรณีค่า Cronbach's Alpha	ใกล้ 0.7	ค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับยอมรับได้
กรณีค่า Cronbach's Alpha	มากกว่า 0.7	ค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับดี

ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability)	Cronbach's Alpha
ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	
ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)	0.766
ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)	0.725
ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)	0.700
ความพึงพอใจโดยรวมของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)	
ต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.559
ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยรวมทั้งหมด	0.812

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอนและนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. เก็บตามความสะดวก
2. ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามตามฝ่ายต่างๆ ในสำนักงานใหญ่ด้วยตนเอง
3. นำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการแล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวม

ได้ไปประมวลผลทางคอมพิวเตอร์

5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก เพื่อเตรียมนำมาวิเคราะห์
2. การบันทึกรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสที่กำหนดไว้แล้วล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ได้ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Science หรือ SPSS) เพื่อทดสอบสมมุติฐานแต่ละข้อ โดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ในการวิเคราะห์

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ตำแหน่งงาน หน่วยงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ ของพนักงานบริษัทเซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ทักษะต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) โดยใช้การคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล

3. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยแบ่งออกเป็นสมมติฐาน 3 ข้อด้วยกัน ดังนี้

1. การทดสอบสมมติฐานของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ตำแหน่งงาน หน่วยงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way Anova) และ t – test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (สมมติฐานที่ 1)

2. การทดสอบสมมติฐานในด้านทักษะการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศประกอบด้วย ด้านการให้บริการด้านโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัทเซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation) (สมมติฐานที่ 2)

3. การทดสอบสมมติฐานในด้านพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัทเซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation) (สมมติฐานที่ 3)

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพื้นฐาน

1. ค่าอัตราร้อยละ (Percentage) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 36)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P แทน	ค่าสถิติร้อยละ
	f แทน	ความถี่ของข้อมูล
	n แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic mean หรือ $\bar{x}$) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 36)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$ แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$ แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 38)

$$S.D = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum_{i=1}^n X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$(\sum_{i=1}^n X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

สถิติสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพ

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า Likert's Scale โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha - Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549: 35)

$$\alpha = \frac{\frac{\text{covariance/variance}}{1+(k-1) \text{ covariance/variance}}}{\text{Variance}}$$

เมื่อ	α	แทน	ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	K	แทน	จำนวนคำถาม
	$\frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
		แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สถิติ Independent t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549:108) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้าน เพศ โดยมีสูตรดังนี้

ในการทดสอบ t-test หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่ม ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances not assumed โดยจะทำการทดสอบค่าแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดย Levene test

กรณีที่แปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($S_1^2 = S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีขั้นแห่งความเป็นอิสระ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ $\bar{x}_i$ แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ $i : i = 1, 2$

S_p แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

n_i แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ i

S_i^2 แทน ค่าแปรปรวนของตัวอย่างกลุ่มที่ $i : i = 1, 2$

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ = V

$$V = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{(S_1^2/n_1)^2}{n_1-1} + \frac{(S_2^2/n_2)^2}{n_2-1}}$$

เมื่อ t แทน	ค่าเฉลี่ยที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
$\bar{x}_1$ แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{x}_2$ แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_1^2 แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S_2^2 แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1 แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2 แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
V แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) แบบทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545:293) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้าน ตำแหน่งงาน หน่วยงาน อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ มีสูตรดังนี้

ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 293)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม (B)	k-1	$SS(B)$	$MS(B) = \frac{SS(B)}{k-1}$	$\frac{MS(B)}{MS(W)}$
ภายในกลุ่ม (W)	n-k	$SS(W)$	$MS(W) = \frac{SS(W)}{n-k}$	
รวม (T)	n-1	$SS(T)$		

$$F = \frac{MS(B)}{MS(W)}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) และภายใน กลุ่ม (n-k)

k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน

n แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

$SS(B)$ แทน ค่าผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Sum of Squares)

$SS(W)$ แทน ค่าผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Squares)

$MS(B)$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between groups)

$MS(W)$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within groups)

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 333)

$$LSD = t_{\alpha/2, n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$
 เมื่อ LSD แทน ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม ที่ i และ j
 $t_{1-\alpha/2, n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-distribution ที่ระดับ
 ความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายใน
 กลุ่ม = n-k
 MS แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม ($MS_{(w)}$)
 n_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i
 n_j แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม j

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown-Forsythe (β) กรณีค่าความแปรปรวนของ
 แต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (Hartung. 2001: 300) ใช้สูตร ดังนี้

$$\beta = \frac{MS_B}{MS_W}$$

$$\text{โดย } MS_W = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ β = ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe
 MS_B = ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MS_W = ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
 k = จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง
 n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดประชากร
 S_i^2 = ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

Dunnett T3 กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบ
 เป็นรายคู่เพื่อดูว่าคู่ใดที่แตกต่างกัน (วิเชียร เกตุสิงห์. 2543: 116) ใช้สูตร ดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_i - \bar{X}_f}{MS_W \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_f} \right)}$$

เมื่อ t = ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

MS_W = ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

k = จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง

$\overline{X}_i$ = ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i

$\overline{X}_j$ = ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j

n_i = จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i

n_j = จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ j

ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เป็นค่าที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541: 72)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X
	$\sum y$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างคะแนนชุด x และชุด y
	n	แทน	ขนาดของตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < +1$ ความหมายของค่า r คือ

1. ถ้า r เป็นบวก และมีค่าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กันมาก และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
2. ถ้า r เป็นลบ หรือมีค่าใกล้ -1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กันมาก แต่ในทิศทางตรงกันข้าม
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่า ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย
4. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า ตัวแปร X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541: 324)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.91 – 1.00	มีค่าสัมพันธ์สูงมาก
0.71 – 0.90	มีค่าสัมพันธ์สูง
0.31 – 0.70	มีค่าสัมพันธ์ปานกลาง
0.01 – 0.30	มีค่าสัมพันธ์ต่ำ
0.00	มีค่าไม่สัมพันธ์

บทที่ 4

ผลของการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ทางสถิติต่างๆ ซึ่งมีความหมายดังนี้

n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
p	แทน ค่า P-Value
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-distribution
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution
γ	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig.	แทน ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบ่งบอกระดับนัยสำคัญของการทดสอบสมมติฐาน
H_0	แทน สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)
H_1	แทน สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)
*	แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลของการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)” ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 280 ชุด สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

รายละเอียดของการวิเคราะห์จะนำเสนอด้วยตารางแสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการตีความหมายของข้อมูลที่ได้จากตารางเฉพาะบางประเด็นที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
เจ้าหน้าที่	56	20.0
เจ้าหน้าที่อาวุโส	56	20.0
หัวหน้าแผนก	66	23.6
ผู้ช่วยผู้จัดการ	32	11.4
ผู้จัดการ	31	11.1
ผู้จัดการอาวุโส	31	11.1
ผู้อำนวยการ	5	1.7
รองกรรมการผู้จัดการ	3	1.1
รวม	280	100.0

จากตาราง 1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่ง หัวหน้าแผนก จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ และ เจ้าหน้าที่อาวุโส มีสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ผู้จัดการ และผู้จัดการอาวุโส มีสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ผู้อำนวยการ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการ มีน้อยที่สุด จำนวน 3 คน โดยมีเพียงร้อยละ 1.1 ตามลำดับ เนื่องจากมีหลายตำแหน่งที่มีจำนวนน้อย ผู้วิจัย จึงได้มีการจัดกลุ่มใหม่ ดังตารางที่ 2

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส	112	40.0
หัวหน้าแผนก/ผู้ช่วยผู้จัดการ	98	35.0
ผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ /รองกรรมการผู้จัดการ	70	25.0
รวม	280	100.0

จากตาราง 2 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่ง เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่ง หัวหน้าแผนก/ผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 98 คิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/รองกรรมการผู้จัดการ มีน้อยที่สุด จำนวน 70 คน โดยมีเพียงร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหน่วยงาน

หน่วยงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ตรวจสอบภายใน	11	3.9
สำนักกรรมการบริหาร	8	2.9
พัฒนาบุคคล	17	6.1
การตลาด	72	25.7
บริหารสื่อฯ	9	3.2
ร้านค้าสัมพันธ์	20	7.1
กฎหมาย	10	3.6
CSR	10	3.6
บัญชี การเงิน	34	12.1
เกษเชียว	46	16.4
อาคาร	24	8.6
ธุรการ จัดซื้อ	19	6.8
รวม	280	100.0

จากตาราง 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามหน่วยงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่หน่วยงานการตลาด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่อยู่หน่วยงานแคชเชียร์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 บัญชี การเงิน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 อาคาร จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ร้านค้าสัมพันธ์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ธุรกิจ จัดซื้อ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 พัฒนาบุคคล จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตรวจสอบภายใน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 กฎหมาย/ CSR มีสัดส่วนที่เท่ากันจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 สำนักกรรมการบริหาร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่อยู่หน่วยงานบริหารสื่อฯ มีน้อยที่สุด จำนวน 9 คน โดยมีเพียงร้อยละ 3.2 ตามลำดับ เนื่องจากมีบางหน่วยงานที่มีจำนวนน้อย ผู้วิจัยจึงได้มีการจัดกลุ่มใหม่ ดังตารางที่ 4

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหน่วยงาน

หน่วยงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรกิจ จัดซื้อ	46	16.4
ตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร	43	15.4
การตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/ CSR	111	39.6
บัญชี การเงิน	34	12.2
แคชเชียร์	46	16.4
รวม	280	100.0

จากตาราง 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามหน่วยงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่หน่วยงานการตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/ CSR จำนวน 111 คิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมาคือ พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรกิจ จัดซื้อ และแคชเชียร์ โดยมีสัดส่วนเท่ากันจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และบัญชี การเงิน มีน้อยที่สุด จำนวน 34 คน โดยมีเพียงร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ชาย	109	38.9
หญิง	171	61.1
รวม	280	100.0

จากตาราง 5 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่า 25 ปี	8	2.9
25 – 35 ปี	222	79.2
36 – 45 ปี	42	15.0
มากกว่า 45 ปี	8	2.9
รวม	280	100.0

จากตาราง 6 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี และมากกว่า 45 ปี สัดส่วนเท่ากันมีน้อยที่สุด จำนวน 8 คน โดยมีเพียงร้อยละ 2.9 ตามลำดับ เนื่องจากมีอายุใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยจึงได้มีการจัดกลุ่มใหม่ ดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่า และเท่ากับ 35 ปี	230	82.1
35 ปีขึ้นไป	50	17.9
รวม	280	100.0

จากตาราง 7 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า และเท่ากับ 35 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 82.1 ส่วนอายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

ระยะเวลาในการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	12	4.3
2 – 5 ปี	220	78.6
6 – 10 ปี	44	15.7
มากกว่า 10 ปี	4	1.4
รวม	280	100.0

จากตาราง 8 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาในการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำงาน 2 – 5 ปี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 78.6 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลา 6 – 10 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาทำงานมากกว่า 10 ปี มีน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ เนื่องจากมีระยะเวลาในการทำงานใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยจึงได้มีการจัดกลุ่มใหม่ ดังตาราง 9

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

ระยะเวลาในการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่าและเท่ากับ 5 ปี	232	82.9
5 ปีขึ้นไป	48	17.1
รวม	280	100.0

จากตาราง 9 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาในการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำงานน้อยกว่าและเท่ากับ 5 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 82.9 ส่วนระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	17	6.1
20,001 – 40,000 บาท	162	57.8
40,001 – 60,000 บาท	83	29.6
60,001 – 80,000 บาท	8	2.9
80,001 บาทขึ้นไป	10	3.6
รวม	280	100.0

จากตาราง 10 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 รายได้ 80,001 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 60,001 – 80,000 บาท มีน้อยที่สุดจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ เนื่องจากมีรายได้ในระดับสูงมีจำนวนไม่มากนัก ผู้วิจัยจึงได้มีการจัดกลุ่มใหม่ ดังตารางที่ 11

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่าและเท่ากับ 40,000 บาท	179	63.9
40,001 บาทขึ้นไป	101	36.1
รวม	280	100.0

จากตาราง 11 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ น้อยกว่าและเท่ากับ 40,000 บาท จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 ส่วนรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ทักษะติดต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะติดต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ทักษะที่เกี่ยวข้องต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ทักษะ	อันดับ
ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)	3.43	0.32	ดี	2
ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)	3.35	0.34	ปานกลาง	3
ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)	3.45	0.29	ดี	1
โดยรวม	3.41	0.23	ดี	

จากตาราง 12 ผลการศึกษาทักษะติดต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมพบว่าพนักงานมีทักษะติดต่อการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.41$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะที่ดี ในด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) ($\bar{x} = 3.45$) และด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ($\bar{x} = 3.43$) และมีทักษะในระดับปานกลาง ในด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) ($\bar{x} = 3.35$) ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)

ทัศนคติเกี่ยวกับการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ทัศนคติ	อันดับ
1.การให้คำแนะนำ หรือชี้แจงขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการ	3.41	0.49	ดี	3
2.ความรวดเร็ว ชัดเจน ของคำตอบที่ได้รับ	3.31	0.47	ปานกลาง	5
3.ระเบียบ ขั้นตอน กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในการให้บริการ	3.54	0.50	ดี	1
4.ภาษาในการสื่อสาร ชัดเจน นุ่มนวล สุภาพ และเข้าใจง่าย	3.51	0.50	ดี	2
5.ความตั้งใจ เต็มใจในการรับเรื่อง และแก้ไขปัญหา	3.37	0.48	ปานกลาง	4
โดยรวม	3.43	0.32	ดี	

จากตาราง 13 ผลการศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) โดยภาพรวม พนักงานมีทัศนคติต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดี ในเรื่องระเบียบ ขั้นตอน กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.54$) ภาษาในการสื่อสาร ชัดเจน นุ่มนวล สุภาพ และเข้าใจง่าย ($\bar{x} = 3.51$) เรื่องการให้คำแนะนำ หรือชี้แจงขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.41$) และมีทัศนคติในระดับปานกลาง ในเรื่องความตั้งใจ เต็มใจในการรับเรื่อง และแก้ไขปัญหา ($\bar{x} = 3.37$) และความรวดเร็ว ชัดเจน ของคำตอบที่ได้รับ ($\bar{x} = 3.31$) ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)

ทัศนคติเกี่ยวกับการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ทัศนคติ	อันดับ
1.การแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง รวดเร็ว ตรงกับความต้องการ	3.29	0.45	ปานกลาง	4
2.ระยะเวลาในตอบกลับ และแก้ไขปัญหาก็แล้วเสร็จ	3.40	0.49	ปานกลาง	2
3.การแก้ไขปัญหาได้ตรงตามกำหนดเวลา หรือตามที่ตกลงไว้	3.37	0.48	ปานกลาง	3
4.กระบวนการ ในการขอใช้บริการ หรือแจ้งปัญหาต่าง ๆ	3.43	0.50	ดี	1
5.ความรู้ความสามารถในการให้บริการ	3.29	0.45	ปานกลาง	4
โดยรวม	3.35	0.34	ปานกลาง	

จากตาราง 14 ผลการศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) โดยภาพรวม พนักงานมีทัศนคติต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดี ในเรื่องกระบวนการ ในการขอใช้บริการ หรือแจ้งปัญหาต่าง ๆ ($\bar{x} = 3.43$) มีทัศนคติในระดับปานกลาง ในเรื่องระยะเวลาในตอบกลับ และแก้ไขปัญหาก็แล้วเสร็จ ($\bar{x} = 3.40$) การแก้ไขปัญหาได้ตรงตามกำหนดเวลา หรือตามที่ตกลงไว้ ($\bar{x} = 3.37$) การแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง รวดเร็ว ตรงกับความต้องการและความรู้ความสามารถในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.29$) ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)

ทัศนคติเกี่ยวกับการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ทัศนคติ	อันดับ
1.ส่งมอบได้ถูกต้อง รวดเร็ว ครบถ้วน	3.29	0.45	ปานกลาง	5
2.ภาษาในการสื่อสาร ชัดเจน นุ่มนวล สุภาพ และเข้าใจง่าย	3.74	0.44	ดี	1
3.ความตั้งใจ เต็มใจในการให้บริการ	3.69	0.47	ดี	2
4.ระยะเวลาในการสั่งซื้อ ส่งมอบ และติดตั้ง	3.43	0.50	ดี	3
5.ขั้นตอน และกระบวนการในการขอใช้บริการจนถึงส่งมอบ	3.23	0.42	ปานกลาง	5
6.ความพร้อมใช้ของอุปกรณ์ที่ติดตั้ง	3.31	0.47	ปานกลาง	4
โดยรวม	3.45	0.29	ดี	

จากตาราง 15 ผลการศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) โดยภาพรวม พนักงานมีทัศนคติต่อการให้บริการในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดี ในเรื่องภาษาในการสื่อสาร ชัดเจน นุ่มนวล สุภาพ และเข้าใจง่าย ($\bar{x} = 3.74$) ความตั้งใจ เต็มใจในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.69$) ระยะเวลาในการสั่งซื้อ ส่งมอบ และติดตั้ง ($\bar{x} = 3.43$) และมีทัศนคติในระดับปานกลาง ในเรื่องความพร้อมใช้ของอุปกรณ์ที่ติดตั้ง ($\bar{x} = 3.31$) ส่งมอบได้ถูกต้อง รวดเร็ว ครบถ้วน ($\bar{x} = 3.29$) และขั้นตอน และกระบวนการในการขอใช้บริการจนถึงส่งมอบ ($\bar{x} = 3.23$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ต่อเดือน

	จำนวนครั้งที่ใช้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ต่อเดือน
$\bar{x}$	3.63
S.D.	1.44
Minimum	2.00
Maximum	9.00

จากตาราง 16 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ต่อเดือน พบว่า มีค่าเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.44 ใช้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ต่ำสุด 2 ครั้งต่อเดือนและใช้บริการสูงสุด 9 ครั้งต่อเดือน

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) ต่อเดือน

	จำนวนครั้งที่ใช้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) ต่อเดือน
$\bar{x}$	2.74
S.D.	0.69
Minimum	1.00
Maximum	4.00

จากตาราง 17 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) ต่อเดือน พบว่า มีค่าเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ใช้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) ต่ำสุด 1 ครั้งต่อเดือนและใช้บริการสูงสุด 4 ครั้งต่อเดือน

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) ต่อเดือน

	จำนวนครั้งที่ใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) ต่อเดือน
$\bar{x}$	1.94
S.D.	0.63
Minimum	1.00
Maximum	3.00

จากตาราง 18 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) ต่อเดือน พบว่า มีค่าเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้ง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 ใช้บริการบริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) ต่ำสุด 1 ครั้งต่อเดือนและใช้บริการสูงสุด 3 ครั้งต่อเดือน

ตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ขอใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ช่วงเช้า (9:00 – 11:00 น.)	48	17.1
ช่วงบ่าย (13:00 – 15:00 น.)	112	40.0
ช่วงเย็น (16:00 – 18:00 น.)	120	42.9
รวม	280	100.0

จากตาราง 19 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขอใช้บริการช่วงเย็น (16:00 – 18:00 น.) จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ขอใช้บริการช่วงบ่าย (13:00 – 15:00 น.) จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ขอใช้บริการช่วงเช้า (9:00 – 11:00 น.) มีน้อยที่สุดจำนวน 48 คน โดยมีเพียงร้อยละ 17.1 ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการขอใช้บริการ

	ระยะเวลาในการขอใช้บริการ
$\bar{x}$	1.46
S.D.	0.77
Minimum	1
Maximum	4

จากตาราง 20 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาในการขอใช้บริการ พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ระยะเวลาในการขอใช้บริการต่ำสุด 1 ชั่วโมงและสูงสุด 4 ชั่วโมง

ตาราง 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเรื่องที่ใช้ระยะเวลาในการขอใช้บริการ

เรื่องที่ใช้ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
บริการทางโทรศัพท์	132	47.2
ผ่านระบบ Request	65	23.2
จัดซื้อและส่งมอบ	83	29.6
รวม	280	100.0

จากตาราง 21 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเรื่องที่ใช้ระยะเวลาในการขอใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขอใช้บริการเรื่องการบริการทางโทรศัพท์ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ขอใช้บริการเรื่องจัดซื้อและส่งมอบ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ขอใช้บริการผ่านระบบ Request มีน้อยที่สุด จำนวน 65 คน โดยมีเพียงร้อยละ 23.2 ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเรื่องที่ใช้บริการมากที่สุด

เรื่องที่ใช้บริการมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
บริการทางโทรศัพท์	133	47.5
ผ่านระบบ Request	65	23.2
จัดซื้อและส่งมอบ	82	29.3
รวม	280	100.0

จากตาราง 22 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเรื่องที่ใช้บริการมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเรื่องการบริการทางโทรศัพท์ จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเรื่องจัดซื้อและส่งมอบ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการผ่านระบบ Request มีน้อยที่สุด จำนวน 65 คน โดยมีเพียงร้อยละ 23.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจโดยรวมของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความพึงพอใจโดยรวมของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.21	0.52	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.21	0.59	ปานกลาง
การใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อเทียบกับที่ขอใช้บริการ ด้านอื่น	3.16	0.37	ปานกลาง

จากตาราง 23 ผลการศึกษาความพึงพอใจโดยรวมของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$) ส่วนความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x}$

= 3.21) และการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อเทียบกับที่ขอใช้บริการด้านอื่น มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.16$)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน 1 “พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย ตำแหน่ง หน่วยงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน”

สมมติฐานที่ 1.1 “ตำแหน่ง แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน”

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะต้องทำการทดสอบก่อนโดยโดยใช้ Levene's test ว่าค่า variance เท่ากันหรือไม่เท่ากันโดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตำแหน่งต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตำแหน่งต่าง ๆ แตกต่างกัน

โดยจะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 และทำการทดสอบต่อด้วยค่าสถิติ One-Way ANOVA แต่ถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะทำการทดสอบต่อด้วยค่าสถิติ Brown-Forsythe test

ตาราง 24 ผลการทดสอบตรวจสอบค่าความแปรปรวน (Variance) โดยใช้ Levene's test

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	p	ผลการตรวจสอบ
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	2.376	2	277	0.095	ความแปรปรวนเท่ากัน
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	5.126*	2	277	0.007	ความแปรปรวนไม่เท่ากัน
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	4.625*	2	277	0.011	ความแปรปรวนไม่เท่ากัน
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	0.718	2	277	0.489	ความแปรปรวนเท่ากัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 จะเห็นว่าค่า Sig. ของ Levene' test ในส่วนของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ตำแหน่งต่างกัน มีความแปรปรวนเท่ากัน ดังนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่าง โดยใช้ค่าสถิติ F-test ส่วนพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ตำแหน่งต่างกัน มีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ดังนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่าง โดยใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ซึ่งในการทดสอบจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะตั้งสมมติฐานในการทดสอบดังนี้

H_0 : พนักงานที่มีตำแหน่ง แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีตำแหน่ง แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 25 การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่ง

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	ค่าความแปรปรวน	SS.	df	MS.	F-Ratio	p
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	ระหว่างกลุ่ม	8.519	2	4.260	2.074	0.128
	ภายในกลุ่ม	568.852	277	2.054		
	รวม	577.371	279			
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.029	2	.015	0.025	0.976
	ภายในกลุ่ม	165.456	277	.597		
	รวม	165.486	279			

จากตาราง 25 การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่ง พบว่าความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการมีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.128 และ 0.976 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานที่มีตำแหน่งแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการทาง

โทรศัพท์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 26 แสดงการทดสอบพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่ง โดยใช้ Brown-Forsythe

	statistic	df1	df2	Sig.
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	5.605	2	270.267*	0.004
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	4.762	2	213.199*	0.009

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่ง พบว่า มีค่า Probability น้อยกว่า 0.05 ในพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หมายความว่า พนักงานที่มีตำแหน่งต่างกัน จะมีพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบต่อเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ Dunnett's T3 ดังนี้

ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง
จำแนกตามตำแหน่ง เปรียบเทียบกันทีละคู่โดยวิธี Dunnett T3

ตำแหน่ง	$\bar{x}$	เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่ อาวุโส	หัวหน้าแผนก/ ผู้ช่วยผู้จัดการ	ผู้จัดการ/ผู้จัดการ อาวุโส/ผู้อำนวยการ/ รองกรรมการผู้จัดการ
		2.64	2.69	2.97
เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส	2.64	-	-0.05 (0.935)	-0.33** (0.004)
หัวหน้าแผนก/ผู้ช่วยผู้จัดการ	2.69		-	-0.28* (0.019)
ผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/ รองกรรมการผู้จัดการ	2.97			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส ($\bar{x} = 2.64$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องน้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/รองกรรมการผู้จัดการ ($\bar{x} = 2.97$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

พนักงานที่มีตำแหน่งหัวหน้าแผนก/ผู้ช่วยผู้จัดการ ($\bar{x} = 2.69$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องน้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/รองกรรมการผู้จัดการ ($\bar{x} = 2.97$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและ
ส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามตำแหน่ง เปรียบเทียบกันทีละคู่โดยวิธี Dunnett T3

ตำแหน่ง	$\bar{x}$	เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่ อาวุโส	หัวหน้าแผนก/ ผู้ช่วยผู้จัดการ	ผู้จัดการ/ผู้จัดการ อาวุโส/ผู้อำนวยการ/ รองกรรมการผู้จัดการ
		1.85	1.91	2.14
เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส	1.85	-	-0.06 (0.841)	-0.29* (0.014)
หัวหน้าแผนก/ผู้ช่วยผู้จัดการ	1.91		-	-0.23 (0.082)
ผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/ รองกรรมการผู้จัดการ	2.14			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส ($\bar{x} = 1.85$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์น้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/รองกรรมการผู้จัดการ ($\bar{x} = 2.14$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 “หน่วยงาน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน”

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะต้องทำการทดสอบก่อนโดยโดยใช้ Levene's test ว่าค่า variance เท่ากันหรือไม่เท่ากันโดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของกลุ่มหน่วยงานต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของหน่วยงานต่าง ๆ แตกต่างกัน

โดยจะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 และทำการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-Way ANOVA แต่ถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะทำการทดสอบด้วยค่าสถิติ Brown-Forsythe test

ตาราง 29 ผลการทดสอบตรวจสอบค่าความแปรปรวน (Variance) โดยใช้ Levene's test

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	p	ผลการตรวจสอบ
ความถี่ในการใช้บริการทาง โทรศัพท์	12.134**	4	275	0.000	ความแปรปรวนไม่เท่ากัน
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	23.454**	4	275	0.000	ความแปรปรวนไม่เท่ากัน
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและ ส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	12.349**	4	275	0.000	ความแปรปรวนไม่เท่ากัน
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	17.926**	4	275	0.000	ความแปรปรวนไม่เท่ากัน

**มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตาราง 29 จะเห็นว่าค่า Sig. ของ Levene' test ในส่วนของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีค่าน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า หน่วยงานต่างกัน มีความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่ม ดังนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่าง โดยใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ซึ่งในการทดสอบจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01 โดยจะตั้งสมมติฐานในการทดสอบดังนี้

H_0 : พนักงานที่มีหน่วยงาน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีหน่วยงาน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงการทดสอบพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท
เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามหน่วยงาน โดยใช้ Brown-Forsythe

	statistic	df1	df2	Sig.
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	8.379**	4	148.362	0.000
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	21.983**	4	201.847	0.000
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	7.479**	4	179.466	0.000
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	3.253*	4	134.264	0.014

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 30 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามหน่วยงาน พบว่า มีค่า Probability น้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) ในพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หมายความว่า พนักงานที่มีหน่วยงานต่างกัน จะมีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนระยะเวลาในการขอใช้บริการมีค่า Probability น้อยกว่า 0.05 ($0.014 < 0.05$) หมายความว่า พนักงานที่มีหน่วยงานต่างกัน จะมีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบต่อเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยค่าสถิติ Dunnett's T3 ดังนี้

ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ จำแนกตามหน่วยงาน เปรียบเทียบกันทีละคู่โดยวิธี Dunnett T3

หน่วยงาน	$\bar{X}$	พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ ธุรการ จัดซื้อ	ตรวจสอบภายใน/สำนัก กรรมการบริหาร/อาคาร	การตลาด/บริหารสื่อฯ/ ร้านค้าสัมพันธ์/CSR	บัญชี การเงิน	เกษเชิษฐ์
		4.48	3.81	3.44	3.26	3.33
พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ	4.48	-	0.66 (0.218)	1.04* (0.015)	1.21** (0.001)	1.15** (0.002)
ตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร	3.81		-	0.37 (0.426)	0.55** (0.000)	0.49* (0.017)
การตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR	3.44			-	0.18 (0.980)	0.12 (1.000)
บัญชี การเงิน	3.26				-	-0.06 (1.000)
เกษเชิษฐ์	3.33					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 4.48$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์มากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานการตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR ($\bar{x} = 3.44$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.04

พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 4.48$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์มากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานบัญชี การเงิน ($\bar{x} = 3.26$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.21

พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 4.48$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์มากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานแชนเซลเลอร์ ($\bar{x} = 3.33$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.15

พนักงานที่มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร ($\bar{x} = 3.81$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์มากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานบัญชี การเงิน ($\bar{x} = 3.26$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.55

พนักงานที่มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร ($\bar{x} = 3.81$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์มากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานแชนเซลเลอร์ ($\bar{x} = 3.33$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง จำแนกตามหน่วยงาน เปรียบเทียบกันทีละคู่โดยวิธี Dunnett T3

หน่วยงาน	$\bar{X}$	พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ ธุรการ จัดซื้อ	ตรวจสอบภายใน/สำนัก กรรมการบริหาร/อาคาร	การตลาด/บริหารสื่อฯ/ ร้านค้าสัมพันธ์/CSR	บัญชี การเงิน	เกษเชิษฐ์
		3.28	2.88	2.42	2.97	2.67
พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ	3.28	-	0.40 (0.051)	0.86** (0.000)	0.31* (0.045)	0.61** (0.000)
ตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร	2.88		-	0.46** (0.002)	-0.09 (0.991)	0.21 (0.552)
การตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR	2.42			-	-0.55** (0.000)	-0.25 (0.109)
บัญชี การเงิน	2.97				-	0.30** (0.002)
เกษเชิษฐ์	2.67					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 3.28$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องมากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานการตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR ($\bar{x} = 2.42$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.86

พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 3.28$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องมากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานบัญชี การเงิน ($\bar{x} = 2.97$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31

พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 3.28$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องมากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานแชนเชียร์ ($\bar{x} = 2.67$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.61

พนักงานที่มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร ($\bar{x} = 2.88$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องมากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานการตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR ($\bar{x} = 2.42$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46

พนักงานที่มีหน่วยงานการตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR ($\bar{x} = 2.42$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องน้อยกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานบัญชี การเงิน ($\bar{x} = 2.97$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.55

พนักงานที่มีหน่วยงานบัญชี การเงิน ($\bar{x} = 2.97$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องมากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานแชนเชียร์ ($\bar{x} = 2.67$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามหน่วยงาน เปรียบเทียบกัน
ทีละคู่โดยวิธี Dunnett T3

หน่วยงาน	$\bar{x}$	พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ ธุรการ จัดซื้อ	ตรวจสอบภายใน/สำนัก กรรมการบริหาร/อาคาร	การตลาด/บริหารสื่อฯ/ ร้านค้าสัมพันธ์/CSR	บัญชี การเงิน	เกษเชียว
		1.54	2.19	1.98	1.97	2.00
พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ	1.54	-	-0.64** (0.001)	-0.44** (0.004)	-0.43** (0.002)	-0.46** (0.008)
ตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร	2.19		-	0.20 (0.673)	0.22 (0.487)	0.19 (0.858)
การตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR	1.98			-	0.01 (1.000)	-0.02 (1.000)
บัญชี การเงิน	1.97				-	-0.03 (1.000)
เกษเชียว	2.00					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 1.54$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์น้อยกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร ($\bar{x} = 2.19$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.64

พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 1.54$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์น้อยกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานการตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR ($\bar{x} = 1.98$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.44

พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 1.54$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์น้อยกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานบัญชี การเงิน ($\bar{x} = 1.97$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43

พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 1.54$) มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์น้อยกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานแคชเชียร์ ($\bar{x} = 2.00$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม ด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ จำแนกตามหน่วยงาน เปรียบเทียบกันทีละคู่โดยวิธี Dunnett T3

หน่วยงาน	$\bar{X}$	พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ ธุรการ จัดซื้อ	ตรวจสอบภายใน/สำนัก กรรมการบริหาร/อาคาร	การตลาด/บริหารสื่อฯ/ ร้านค้าสัมพันธ์/CSR	บัญชี การเงิน	เกษเชียว
		1.48	1.77	1.44	1.09	1.46
พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ	1.48	-	-0.29 (0.747)	0.04 (1.000)	0.39* (0.012)	0.02 (1.000)
ตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร	1.77		-	0.33 (0.541)	0.68* (0.010)	0.31 (0.876)
การตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR	1.44			-	0.35** (0.009)	-0.02 (1.000)
บัญชี การเงิน	1.09				-	-0.37 (0.380)
เกษเชียว	1.46					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ ($\bar{x} = 1.48$) มีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการมากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานบัญชีการเงิน ($\bar{x} = 1.09$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39

พนักงานที่มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร ($\bar{x} = 1.77$) มีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการมากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานบัญชีการเงิน ($\bar{x} = 1.09$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.68

พนักงานที่มีหน่วยงานการตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR ($\bar{x} = 1.44$) มีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการมากกว่าพนักงานที่มีหน่วยงานบัญชีการเงิน ($\bar{x} = 1.09$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 “เพศ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน”

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : พนักงานที่มีเพศ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีเพศ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 35 แสดงการทดสอบความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ

พฤติกรรม	Levene's test for Equality of Variances	
	F	sig.
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	4.701*	0.031
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	8.279**	0.004
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	9.839**	0.002
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	45.132**	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 35 เมื่อทำการตรวจสอบความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ พบว่า พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์, ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง, ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีค่า sig. น้อยกว่า 0.01 และ 0.05 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์, ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง, ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงใช้ t- test กรณี equality variances not assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 36 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ

พฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย		t-value	df	p
	ชาย	หญิง			
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	3.87	3.47	2.089*	169.790	0.038
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	2.67	2.79	-1.575	276.653	0.116
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	1.94	1.94	0.042	192.724	0.966
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	1.85	1.20	6.495**	136.921	0.000

จากตาราง 36 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ พบว่า มีค่าProbability น้อยกว่า 0.05 และ 0.01 ในพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการ หมายความว่า พนักงานที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ โดยพนักงานชายมีความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์และระยะเวลาในการขอใช้บริการมากกว่าพนักงานหญิง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีค่าProbability มากกว่า 0.05 หมายความว่า พนักงานที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 “อายุ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน”

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : พนักงานที่มีอายุ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีอายุ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงการทดสอบความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ

พฤติกรรม	Levene's test for Equality of Variances	
	F	sig.
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	1.194	0.275
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	0.654	0.419
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	6.112*	0.014
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	3.929*	0.048

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 เมื่อทำการตรวจสอบความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ พบว่า พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีค่า sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงใช้ t-test กรณี equality variances not assumed ในการทดสอบสมมติฐาน ส่วนพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์และความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีค่า sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์และความถี่ใน

การให้บริการแก้ไขคำร้อง มีความแปรปรวนเท่ากัน จึงใช้ t-test กรณี equality variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 38 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ

พฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย		t-value	df	p
	ต่ำกว่า 35 ปี	มากกว่า 35 ปี			
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	3.61	3.70	-0.387	278	0.699
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	2.76	2.66	0.934	278	0.351
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	1.97	1.84	1.157	65.717	0.252
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	1.41	1.66	-1.785	63.136	0.079

จากตาราง 38 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ พบว่า มีค่าProbability มากกว่า 0.05 ในพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการ หมายความว่า พนักงานที่มีอายุต่างกัน จะมีการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 “ระยะเวลาในการทำงาน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน”

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : พนักงานที่มีระยะเวลาในการทำงาน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีระยะเวลาในการทำงาน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดงการทดสอบความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของ
พนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

พฤติกรรม	Levene's test for Equality of Variances	
	F	sig.
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	0.881	0.349
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	0.000	0.993
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	5.585*	0.019
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	4.332*	0.038

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 เมื่อทำการตรวจสอบความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน พบว่า พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีค่า sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงใช้ t-test กรณี equality variances not assumed ในการทดสอบสมมติฐานส่วนพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์และความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีค่า sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ และความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีความแปรปรวนเท่ากัน จึงใช้ t-test กรณี equality variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 40 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

พฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย		t-value	df	p
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	มากกว่า 5 ปี			
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	3.60	3.77	-0.752	278	0.453
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	2.75	2.71	0.379	278	0.705
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	1.96	1.85	0.967	62.094	0.337
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	1.41	1.67	-1.774	59.457	0.081

จากตาราง 40 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน พบว่ามีค่าProbability มากกว่า 0.05 ในพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการ หมายความว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการทำงานต่างกัน จะมีการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6 “รายได้ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน”

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : พนักงานที่มีรายได้ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีรายได้ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตาราง 41 แสดงการทดสอบความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้

พฤติกรรม	Levene's test for Equality of Variances	
	F	sig.
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	0.175	0.676
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	0.196	0.658
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	3.990*	0.047
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	0.000	0.988

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 เมื่อทำการตรวจสอบความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้ พบว่า พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีค่า sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงใช้ t-test กรณี equality variances not assumed ในการทดสอบสมมติฐานส่วนพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีค่า sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความแปรปรวนเท่ากัน จึงใช้ t-test กรณี equality variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 42 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้

พฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย		t-value	df	p
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท	40,001 บาทขึ้นไป			
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	3.58	3.72	-0.823	278	0.411
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	2.72	2.79	-0.894	278	0.372
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	1.92	1.98	-0.705	177.342	0.482
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	1.44	1.50	-0.618	278	0.537

จากตาราง 42 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้ พบว่า มีค่าProbability มากกว่า 0.05 ในพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการ หมายความว่า พนักงานที่มีรายได้ต่างกัน จะมีการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 2 “ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการด้านโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ”

จากสมมติฐานหลักสามารถจำแนกออกเป็น 3 สมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 “ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ”

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

H_1 : ทศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ของเพียร์สัน จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01

ตาราง 43 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อความพึงพอใจด้านการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ทศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	ความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Y)	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)	0.451**	0.000	ปานกลาง
ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)	0.199**	0.000	ต่ำ
ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)	0.070	0.121	ไม่มีความสัมพันธ์
โดยภาพรวม	0.334**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 43 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation) ของเพียร์สัน พบว่า ทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ในด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีค่า $r = 0.334$ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีทัศนคติ ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวมดีขึ้น จะมีความพึงพอใจต่อความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = 0.451^{**}$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีทัศนคติต่อการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ดีขึ้น จะมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = 0.199^{**}$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีทัศนคติต่อการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) ดีขึ้น จะมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) ไม่มีความสัมพันธ์ ($\text{sig} = 0.121 > .05$) กับความพึงพอใจของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 “ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ”

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

H_1 : ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation) ของเพียร์สัน จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01

ตาราง 44 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (γ)	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)	-0.018	0.383	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)	0.117*	0.025	ต่ำ
ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)	0.419**	0.000	ปานกลาง
โดยภาพรวม	0.224**	0.000	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation) ของเพียร์สัน พบว่า ทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

โดยมีค่า $r = 0.224$ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีทัศนคติโดยภาพรวมดีขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ($\text{sig} = 0.383 > .05$) ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = 0.117^*$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า หากพนักงานมีทัศนคติต่อด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) ดีขึ้น จะมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = 0.419^{**}$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีทัศนคติต่อด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) ดีขึ้น จะมีความพึงพอใจมากขึ้นในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 2.3 “ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ”

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

H_1 : ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation) ของเพียร์สัน จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01

ตาราง 45 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ความพึงพอใจด้านการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r)	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)	-0.172**	0.002	ต่ำ
ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)	-0.164**	0.003	ต่ำ
ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)	-0.019	0.373	ไม่มี
โดยภาพรวม	-0.168**	0.002	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 45 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation) ของเพียร์สัน พบว่า ทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีค่า $r = -0.168$ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีทัศนคติโดยภาพรวมในเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจด้านการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศลดลงในระดับต่ำ ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะภาพโดยรวมแล้วการบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบริษัทเองยังมีการให้บริการในด้านต่างๆไม่ดีเท่าที่ควร และไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้เกิดความรู้สึกในด้านลบกับการให้บริการและทำให้ความพึงพอใจของการบริการลดน้อยลง เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) มีความสัมพันธ์ระดับที่ต่ำ ($r = -0.172^{**}$) ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีทัศนคติด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) เพิ่มขึ้นจะมีความพึงพอใจด้านการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศก็ จะมีการใช้บริการ

ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศลดลงในระดับต่ำ ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะว่าบริการด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ยังให้บริการกับผู้ใช้งานภายในยังไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการในด้านนี้ ส่วนหนึ่งน่าจะเป็นมาจากเรื่องของประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ หรือ อาจจะตอบไปแล้วไม่ตรงกับคำถามที่ผู้ใช้งานถามก็เป็นไปได้

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = -0.164^{**}$) ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีทัศนคติด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศลดลงในระดับที่ต่ำ ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะว่าการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) เป็นระบบที่มีขั้นตอนการ Request ก่อนข้างยุ่งยากผ่านหลายขั้นตอน การอนุมัติ ทำการให้บริการในแต่ละครั้งอาจไม่สะดวกสบายและง่ายต่อการใช้งาน ทำให้ผู้ใช้งานอาจไม่พึงพอใจต่อการให้บริการในด้านนี้

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) ($\text{sig} = 0.373 > .05$) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐาน 3 “พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ”

จากสมมติฐานหลักสามารถจำแนกออกเป็น 3 สมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 “พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ”

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

H_1 : พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับ ความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation) ของเพียร์สัน จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01

ตาราง 46 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยี

สารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)	ความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ		
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p	ระดับ ความสัมพันธ์
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	0.261**	0.000	ต่ำ
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	0.514**	0.000	ปานกลาง
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	-0.247**	0.000	ต่ำ
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	0.319**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 46 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = 0.261^{**}$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีพฤติกรรมต่อด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ดีขึ้น จะมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = 0.514^{**}$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีพฤติกรรมต่อด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ดีขึ้น จะมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = -0.247^{**}$) ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในระดับดีขึ้น จะมีความพึงพอใจด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ลดลงในระดับต่ำ ทั้งนี้จะเป็นเพราะว่าพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ยังไม่ดีพอเมื่อเทียบกับพฤติกรรมด้านอื่น ยิ่งพนักงานมีพฤติกรรมที่ดีมากเท่าไร แต่เมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่นแล้วก็จะยังรู้สึกไม่ดีส่งผลให้มีความพึงพอใจลดลง

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = 0.319^{**}$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีพฤติกรรมต่อด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการดีขึ้น จะมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 3.2 “พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ”

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

H_1 : พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation) ของเพียร์สัน จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01

ตาราง 47 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยี

สารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยี สารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)	ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ		ระดับ ความสัมพันธ์
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r)	p	
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	-0.038	0.261	ไม่มี ความสัมพันธ์
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	0.283**	0.000	ต่ำ
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	-0.045	0.228	ไม่มี ความสัมพันธ์
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	-0.190**	0.001	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 47 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation) ของเพียร์สัน พบว่า พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง โดยมีค่า $r = 0.283$ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ หมายความว่า หากพนักงานมีความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ไม่มีความสัมพันธ์ ($\text{sig} = 0.261 > .05$) กับความพึงพอใจของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = 0.283^{**}$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีพฤติกรรมต่อด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ดีขึ้น จะมีความพึงพอใจมากขึ้นในระดับต่ำ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ($\text{sig} = 0.228 > .05$) ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = -0.190^{**}$) ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ ลดลง จะมีความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ ทั้งนี้จะเป็นเพราะว่าพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ ยังไม่ดีพอเมื่อเทียบกับพฤติกรรมด้านอื่น ยิ่งพนักงานมีพฤติกรรมที่ดีมากเท่าไร แต่เมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่นแล้วก็จะยิ่งรู้สึกไม่ดีส่งผลให้มีความพึงพอใจลดลง

สมมติฐานที่ 3.3 “พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ”

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

H_1 : พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ของเพียร์สัน จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01

ตาราง 48 แสดงค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)	การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		ระดับความสัมพันธ์
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r)	p	
ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	-0.058	0.168	ไม่มีความสัมพันธ์
ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	0.143**	0.008	ต่ำ
ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	0.129*	0.015	ต่ำ
ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	-0.163**	0.003	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation) ของเพียร์สัน พบว่า พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง โดยมีค่า $r = 0.129$ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โดยมีค่า $r = 0.129$ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ หมายความว่า หากพนักงานมีความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มากขึ้น จะมีความพึงพอใจการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ไม่มีความสัมพันธ์ ($\text{sig} = 0.168 > .05$)กับความพึงพอใจของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = 0.143^{**}$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีพฤติกรรมต่อต้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องดีขึ้น จะมีความพึงพอใจมากขึ้นในระดับต่ำ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = 0.129^{**}$) ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีพฤติกรรมต่อต้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ดีขึ้น จะมีความพึงพอใจมากขึ้นในระดับต่ำ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = -0.163^{**}$) ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า หากพนักงานมีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ ลดลง จะมีความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ ทั้งนี้จะเป็นในเรื่องของเวลาในการขอใช้บริการในแต่ละครั้งใช้เวลานานมากเกินไป ทำให้ผู้ขอใช้บริการเสียเวลาในการรอคอย และ เสียเวลาในการทำงานปกติเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อการขอใช้บริการ อาจทำให้ส่งผลกระทบโดยภาพรวมถึงบริการด้านอื่นอีกเป็นไปได้อีก

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 49 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1. พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย ตำแหน่ง หน่วยงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน		
1.1 พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	Brown-Forsythe	ยอมรับสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	Brown-Forsythe	ยอมรับสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.2 พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีหน่วยงานแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	Brown-Forsythe	ยอมรับสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	Brown-Forsythe	ยอมรับสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	Brown-Forsythe	ยอมรับสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	Brown-Forsythe	ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1.3 พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มี เพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	t-test	ยอมรับสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	t-test	ยอมรับสมมติฐาน
1.4 พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มี อายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.5 พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มี ระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1.6 พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. ทักษะคิดต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการด้านโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
2.1 ทักษะคิดต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
- ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)	Pearson Correlation	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
2.2 ทักษะการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
- ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)	Pearson Correlation	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
2.3 ทักษะการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
- ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)	Pearson Correlation	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3.1 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
- ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
3.2 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
- ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	Pearson Correlation	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	Pearson Correlation	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3.3 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ		
- ความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์	Pearson Correlation	ปฏิเสธสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการขอใช้บริการ	Pearson Correlation	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษา ทักษะและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทักษะและความพึงพอใจต่อกระบวนการการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ในครั้งนี้มีความมุ่งหมายดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ตำแหน่งงาน หน่วยงาน สาขา เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ กับความพึงพอใจของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ในการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับความพึงพอใจของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) การให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริง ว่าพนักงานภายในองค์กรมีทัศนคติและความพึงพอใจอย่างไรต่อการขอใช้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์นำมาปรับปรุงกระบวนการ การให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร
2. เพื่อให้การบริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) มีมาตรฐานในการให้บริการเทียบกับมาตรฐานสากล

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย ตำแหน่งงาน หน่วยงานที่สังกัด สาขาที่สังกัด เพศ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ สถานภาพ แตกต่าง กันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

2. ทศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการด้านโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

3. พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษา ทศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด(มหาชน) เฉพาะสำนักงานใหญ่ เท่านั้น

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ พนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) (เฉพาะที่สำนักงานใหญ่) จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคำนวณโดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง (Actual Population) และได้กำหนดขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1979: 1088) และให้มีค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดทัศนคติและความพึงพอใจขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำมาปรับใช้กับแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพ ในการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า Likert's Scale โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha – Coefficient) ของ ครอนบัก

(Cronbach) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติ Independent t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มเป็นอิสระต่อกัน สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) แบบทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เป็นค่าที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน ผลการศึกษาสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการ ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า

ตำแหน่ง พนักงานของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีตำแหน่ง เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งหัวหน้าแผนก/ผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 98 คิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/รองกรรมการผู้จัดการ มีน้อยที่สุด จำนวน 70 คน โดยมีเพียงร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

หน่วยงาน พนักงานของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่หน่วยงานการตลาด/บริหารสื่อฯ/ร้านค้าสัมพันธ์/ CSR จำนวน 111 คิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมาคือ พัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ และแคชเชียร์ โดยมีสัดส่วนเท่ากันจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และบัญชี การเงิน มีน้อยที่สุด จำนวน 34 คน โดยมีเพียงร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

เพศ พนักงานของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9

อายุ พนักงานของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า และเท่ากับ 35 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 82.1 ส่วนอายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการทำงาน พนักงานของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำงานน้อยกว่าและเท่ากับ 5 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 82.9 ส่วนระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 ตามลำดับ

รายได้ พนักงานของบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ น้อยกว่าและเท่ากับ 40,000 บาท จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 ส่วนรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ทัศนคติการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า

ทัศนคติโดยรวมต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41, 3.31, 3.54, 3.51 และ 3.37 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ Net4 On-line) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 3.40 3.37 3.43 และ 3.29 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 3.74 3.69 3.43 3.23 และ 3.31 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) โดยรวมพบว่ามีบริการต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง และ มีการใช้งานต่ำสุดต่อเดือน 2 ครั้ง และ สูงสุดต่อเดือน 9 ครั้ง

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ Net4 On-line) โดยรวมพบว่ามีบริการต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง มีการใช้งานต่ำสุดต่อเดือน 1 ครั้ง และ สูงสุดต่อเดือน 4 ครั้ง

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) โดยรวมพบว่ามีบริการต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้ง มีการใช้งานต่ำสุดต่อเดือน 1 ครั้ง และ สูงสุดต่อเดือน 3 ครั้ง

ช่วงเวลาที่ขอใช้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนใหญ่ขอใช้บริการช่วงเย็น (16:00 – 18:00 น.) จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ขอใช้บริการช่วงบ่าย (13:00 – 15:00 น.) จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ขอใช้บริการช่วงเช้า (9:00 – 11:00 น.) มีน้อยที่สุดจำนวน 48 คน โดยมีเพียงร้อยละ 17.1 ตามลำดับ และจำนวนช่วงเวลาที่อยู่ที่ช่วงเวลา 16.00 -18.00 น

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ระยะเวลาในการขอใช้บริการ ส่วนใหญ่ขอใช้บริการเรื่องการบริการทางโทรศัพท์ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ขอใช้บริการเรื่องจัดซื้อและส่งมอบ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ขอใช้บริการผ่านระบบ Request มีน้อยที่สุด จำนวน 65 คน โดยมีเพียงร้อยละ 23.2 ตามลำดับ

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผู้มาขอใช้บริการมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้บริการเรื่องการบริการทางโทรศัพท์ จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการเรื่องจัดซื้อและส่งมอบ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการผ่านระบบ Request มีน้อยที่สุด จำนวน 65 คน โดยมีเพียงร้อยละ 23.2 ตามลำดับ

4. ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า

ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$)

ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$)

ด้านใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อเทียบกับที่ขอใช้บริการด้านอื่น มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.16$)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 “พนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย ตำแหน่ง หน่วยงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน” สามารถสรุปได้ดังนี้

ตำแหน่ง ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) แตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่าตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้านความถี่ในการแก้ไขคำร้องและความถี่ในการบริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายชื่อได้ดังนี้ในด้านความถี่ในการแก้ไขคำร้อง โดยจำแนกตามตำแหน่งงานดังนี้

พนักงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ พนักงานตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพนักงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส มีแนวโน้มในการใช้งานน้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ

พนักงานตำแหน่งหัวหน้าแผนก/ผู้ช่วยผู้จัดการ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ พนักงานตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพนักงานตำแหน่งหัวหน้าแผนก/ผู้ช่วยผู้จัดการ มีแนวโน้มในการใช้งานน้อยกว่าพนักงานตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โดยจำแนกตามตำแหน่งงานดังนี้ พนักงานตำแหน่งตำแหน่งเจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ พนักงานตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพนักงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส มีแนวโน้มในการใช้บริการน้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หน่วยงาน ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน)แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) แตกต่างกันไป ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่าหน่วยงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านความถี่ในการใช้บริการด้านโทรศัพท์ ความถี่ในการแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายชื่อได้ดังนี้ ในด้านความถี่ในการใช้บริการด้านโทรศัพท์ โดยจำแนกตามหน่วยงานดังนี้

หน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ หน่วยงานการตลาด/การบริหารสื่อ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีแนวโน้มในการใช้บริการมากกว่าหน่วยงานการตลาด/การบริหารสื่อ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR

หน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ หน่วยงานบัญชีการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มี

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในด้านความถี่การใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โดยจำแนกตามหน่วยงานได้ดังนี้

หน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีความแตกต่างเป็นรายคู่อื่นๆ กับ หน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีแนวโน้มการใช้บริการน้อยกว่าหน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร

หน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีความแตกต่างเป็นรายคู่อื่นๆ กับ หน่วยงานการตลาด/การบริหารสื่อ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีแนวโน้มการใช้บริการน้อยกว่าหน่วยงานการตลาด/การบริหารสื่อ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR

หน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีความแตกต่างเป็นรายคู่อื่นๆ กับ หน่วยงานบัญชีการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีแนวโน้มการใช้บริการน้อยกว่าหน่วยงานบัญชีการเงิน

หน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีความแตกต่างเป็นรายคู่อื่นๆ กับ หน่วยงานแคชเชียร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยหน่วยงานพัฒนาบุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีแนวโน้มการใช้บริการน้อยกว่าหน่วยงานแคชเชียร์

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพศ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ และ ระยะเวลาในการขอใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายจะมีพฤติกรรมในการใช้บริการมากกว่าเพศหญิง ส่วนด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้าน ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องและด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด(มหาชน) แตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่าอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการด้านแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และ ระยะเวลาในการขอใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระยะเวลาในการทำงาน ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่าระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการด้านแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และ ระยะเวลาในการขอใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่ารายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการด้านแก้ไขคำร้อง ความถี่ในการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และ ระยะเวลาในการขอใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 “ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการด้านโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ” โดยจำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าพนักงานที่ทัศนคติต่อการให้บริการทางโทรศัพท์ดีขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง

ในด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีทัศนคติต่อการให้บริการแก้ไขคำร้องดีขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

ในการการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในการให้บริการทางโทรศัพท์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ในการให้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีทัศนคติต่อการให้บริการแก้ไขคำร้องดีขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในการการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีทัศนคติต่อการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ดีขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการใช้บริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในการให้บริการทางโทรศัพท์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีทัศนคติด้านการให้บริการทางโทรศัพท์เพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจลดลงในระดับต่ำ

ในการให้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีทัศนคติด้านการให้บริการแก้ไขคำร้องเพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจลดลงในระดับต่ำ

ในการการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมด้านการให้บริการทางโทรศัพท์เพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมด้านการให้บริการแก้ไขคำร้องเพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ในด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมด้านการให้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์เพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจลดลง

ในด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการเพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

พฤติกรรมการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ในด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมด้านการให้บริการแก้ไขคำร้องเพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ในด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการลดลง จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

พฤติกรรมการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ในด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมด้านการให้บริการแก้ไขคำร้องเพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมด้านการให้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์เพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ในด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการลดลง จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย ทักษะและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) นำมาอภิปรายผลตามความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้ตามลำดับดังนี้

1. การศึกษาพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย ตำแหน่ง หน่วยงาน เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน” พบว่า

ตำแหน่งกับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา (จำกัด) มหาชนที่มีตำแหน่งแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง และ ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/รองกรรมการผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุดในทุกด้าน ทั้งนี้เนื่องจากในตำแหน่งดังกล่าวเป็นตำแหน่งที่ต้องมีการตรวจสอบเกี่ยวกับขั้นตอนต่างๆในการทำงาน และเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและกำหนดแนวทางในการวางแผนการบริหารงานในหน่วยงานของตนจึงต้องมีการรวบรวมหรือสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากกว่าตำแหน่งอื่น ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์ ของ ปรมะ สตะเวทิน (ปรมะ สตะเวทิน, 2538: 112-118) กล่าวว่าการศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสาร เพื่อวางแผนในการสื่อสารกับผู้รับสารซึ่งวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ในกรณีของการสื่อสารกลุ่มใหญ่และการสื่อสารมวลชนนั้นก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น โดย ระดับตำแหน่งของบุคคลในองค์กร ซึ่งมีความแตกต่างกันของแต่ละบุคคลอาจทำให้เกิดความแตกต่างกันในการสื่อสาร บุคคลที่มีตำแหน่งภายในองค์กรสูงมีแนวโน้มที่จะได้รับ ข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานมากกว่าบุคคลที่มีตำแหน่งภายในองค์กรต่ำ ดังนั้นบุคคลที่มีตำแหน่งภายในองค์กรต่ำ จึงมักเป็นบุคคลที่ขาดข่าวสารอยู่เสมอ และตำแหน่งงานเป็นการบ่งบอกรายละเอียดของอำนาจหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งรวมทั้งระบุถึงวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายในแต่ละหน้าที่ด้วย ผลการศึกษาแตกต่างกับงานวิจัยของ สุวรรณ ภาสเมฆ (2540) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ ในการใช้บริการระบบเครือข่าย อินทราเน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวง-มหาวิทยาลัยต่อการดำเนินภารกิจเกี่ยวกับการ

จัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะทางด้านตำแหน่ง ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ส่วนตำแหน่งกับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) ที่มีตำแหน่งแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน ซึ่งประกอบด้วย พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในทุกตำแหน่งต้องมีการติดต่อประสานงานกันกับผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในการแจ้งและรับรู้ข่าวสารต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานและบรรลุผลตามเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ในความรับผิดชอบงานหรือในการรับมอบหมายของแต่ละตำแหน่งจึงทำให้มีความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ไม่แตกต่างกัน เพราะพนักงานทุกตำแหน่งต้องการที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายให้ง่ายและสะดวก ดังนั้นจำนวน การใช้บริการทางโทรศัพท์ของพนักงานเป็นสิ่งที่ทำให้พนักงานลดระยะเวลาในการติดต่อประสานงานแบบที่จะต้องเดินทางไปพบปะกันได้อย่างมาก ส่วนเรื่องระยะเวลาในการขอใช้บริการในแต่ละตำแหน่งไม่แตกต่างกันเนื่องจากในการแก้ไขปัญหาในแต่ละครั้งมีการกำหนด SLA เป็นตัวควบคุมในการเรื่องระยะเวลาในการให้บริการ ถ้าการบริการด้านไหนที่มีระยะเวลาในการให้บริการเกิดกำหนดมาตรฐานก็จะเปลี่ยนการบริการเป็นแบบ Onsite Service แทน เป็นการแก้ไขปัญหาที่หน้างานเลย

หน่วยงาน กับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า “หน่วยงาน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วย พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขเครื่อง และความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อ และส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยหน่วยงาน พัฒนาคอล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์มากที่สุด ทั้งนี้ น่าจะเป็น เพราะหน่วยงานดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้างมาก อย่างเช่น การรับ พนักงานใหม่เข้ามาทำงาน ก็ต้องทำการติดต่อกับหน่วยงาน เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้ทำการสร้าง User และ Password ให้กับพนักงานใหม่ หน่วยงาน พัฒนาคอล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีความถี่ในการใช้บริการแก้ไขเครื่องมากที่สุด ทั้งนี้ น่าจะเป็นมาจากระบบการทำงานใหม่ของทางหน่วยงานจัดซื้อผ่านระบบ จัดซื้อ Online ทำให้ในบางครั้งอาจเกิดปัญหาในการใช้งานและปรับปรุงการทำงานในบางส่วน หน่วยงาน ตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร มีความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อ และส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ น่าจะเป็นมาจากในช่วงนี้ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและ

ภาพลักษณ์ของหน่วยงานให้คู่มือสวยงามมากยิ่งขึ้น ทำให้ต้องเปลี่ยนอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้เข้ากับภาพลักษณ์ของหน่วยงาน และหน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร มีระยะเวลาในการขอใช้บริการมากที่สุด ทั้งนี้ น่าจะเป็นมาจากโดยส่วนใหญ่พนักงานในหน่วยงานนี้จะไม่ค่อยได้ทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมากเท่าที่ควร จึงทำให้เวลาเกิดปัญหากับระบบจึงต้องใช้เวลาในการพูดคุยกันค่อนข้างนาน ผลการศึกษาเป็นการเกี่ยวกับศึกษาหน่วยงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ทำให้ไม่สามารถหางานวิจัยที่เกี่ยวข้องมารองรับได้

เพศ กับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า เพศ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่าเพศชาย มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้บริการในแต่ละด้านมากกว่าเพศหญิงเกือบทุกด้าน ทั้งนี้เนื่องจาก บทบาทหน้าที่ของเพศชายต้องมีการติดต่อประสานงานและต้องมีการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้ได้มากที่สุดเพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นจึงมีพฤติกรรมการใช้งานหรือใช้บริการมากกว่าเพศหญิง ผลการศึกษาที่ได้แตกต่างกับงานวิจัยของ สุพจน์ พันธ์หนองหว้า (2548) ได้ศึกษา ทักษะและพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าความแตกต่างของเพศ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแตกต่างกัน

ส่วนเพศ กับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า เพศ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง และความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เป็นเพราะในการทำงานทุกคนต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่แล้ว ดังนั้นปัญหาที่เกิดขึ้นในระบบก็จะส่งผลกระทบต่อทุกคน จึงทำให้ทุกคนต้องมีส่วนในการเข้ามาขอใช้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านต่างๆ อยู่เป็นประจำ

อายุ กับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า อายุ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง และความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เพราะว่าพนักงานทุกระดับของอายุที่ปฏิบัติงานในองค์กร จะมีพฤติกรรมต้องเกี่ยวข้อง

กันการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่องค์กรมีไว้เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของพนักงานทุกคนให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์กรกำหนดไว้ ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและความคล่องตัวในการทำงาน มีความถูกต้องแม่นยำสูง ทำให้ พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง และความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการ ของพนักงานทุกระดับของอายุไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ หนังสือเรียนวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐาน ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวข้องกับคนทุกระดับ พัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ดังจะเห็นได้จาก การพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ การใช้ตารางคำนวณ และใช้อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมแบบต่าง ๆ เป็นต้น (<http://support.mof.go.th/net/techno.htm>)

ระยะเวลาในการทำงาน กับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เช่นทรูล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า ระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เช่นทรูล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง และ ความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 5 ปี มีค่าเฉลี่ย ระยะเวลาในการขอใช้บริการมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่ปฏิบัติงานมาเป็นระยะเวลานาน จึงมีประสบการณ์ในเรื่องงานมากกว่ากลุ่มอื่น ทำให้มีความรอบรู้ในเรื่องข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานมากกว่าดังนั้นในการใช้บริการจึงค่อนข้างมีระยะเวลามากกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลที่ต้องการที่มากกว่าด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ สุจิรา มณีจันทร์ (2535) เรื่อง “การนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานของสำนักงานที่ดิน ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาพระโขนง” เป็นการศึกษาถึงการนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในองค์กร ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรยอมรับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ และการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานมาก (<http://isc.ru.ac.th/data/PS0001073.doc>) ซึ่งบุคลากรทุกคนของสำนักงานที่ดินแห่งนี้ ยอมรับมีความความแตกต่างกันในเรื่องระยะเวลาในการทำงานด้วย ดังนั้นจึงทำให้ พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง และความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ ของพนักงานบริษัท เช่นทรูล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

รายได้กับพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า รายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง และความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานทุกคนในองค์กรจะมีระดับรายได้เท่าไรก็ตามย่อมต้องการส่งอำนวยความสะดวกในการทำงานโดยเฉพาะระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพจะทำให้การทำงานง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ สุจิรา มณีจันทร์ (2535) เรื่อง “การนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานของสำนักงานที่ดิน ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาพระโขนง” เป็นการศึกษาถึงการนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในองค์กร ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรยอมรับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ และการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานมาก (<http://isc.ru.ac.th/data/PS0001073.doc>) ซึ่งบุคลากรทุกคนของสำนักงานที่ดินแห่งนี้ ยอมรับมีความแตกต่างกันในระดับของรายได้ด้วย ดังนั้นจึงทำให้ พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง และความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระยะเวลาในการขอใช้บริการ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

2. การศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการด้านโทรศัพท์ Call Center ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า

2.1 ทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ในด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยเรื่อง ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ของ อัจฉรา ศรีสันต์ (2548) ที่พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อด้านกระบวนการให้บริการกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กันปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับประเทของทัศนคติ (คารณิ, 2542: 43) ที่กล่าวว่า การไม่แสดงออกทางทัศนคติ หรือมีทัศนคติเฉยๆ ก็คือมีทัศนคติเป็นกลาง อาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ หรือในเรื่องนั้นๆ เราไม่มีแนวโน้มทัศนคติอยู่เดิมหรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้นๆ มาก่อน ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับปานกลางได้ ที่มา: <http://gotoknow.org/blog/theories/280647>

2.2 ทศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ในด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยเรื่อง ทศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ของ อัจฉรา ศรีสันต์ (2548) พบว่าทศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการให้บริการกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์น้อย และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันสอดคล้องกับประเภทของทศนคติ (ดารณี, 2542: 43) ที่มา:<http://gotoknow.org/blog/theories/280647> กล่าวว่า ทศนคติในทางลบ (Negative Attitude) คือ การแสดงออก หรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่พอใจ ไม่ดี ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย ซึ่งเป็นผลให้ทศนคติสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับต่ำและสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler ที่กล่าวว่า ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003 : 199) หรือหมายถึง แนวโน้มของการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความคิดที่มีลักษณะแสดงความพอใจหรือไม่พอใจ

2.3 ทศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ในด้านการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับที่ต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ สาทิช ไสยสมบัติ (2534:39) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนอง ตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ซึ่งประเด็นนี้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าลักษณะในการให้บริการที่ดีมากแต่ระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการให้ช่วงเวลานั้นไม่ค่อยดีจากปัจจัยแวดล้อมของผู้มาใช้บริการเองก็อาจทำให้ทศนคติกับความพึงพอใจ ปรากฏออกมาในทิศทางตรงกันข้ามได้ (ที่มา:<http://learners.in.th/file/bandparadise/Paradise2.doc>)

3. การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

3.1 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์และด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ ในด้านความคุ้มค่าที่มาใช้บริการ ด้านความถี่การใช้บริการแก้ไขคำร้องในด้านความพึงพอใจโดยรวมและการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศรวมทั้งด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ในด้านการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องมาจากการใช้บริการทางโทรศัพท์ในการสื่อสาร ความชัดเจนในการตอบคำถาม การใช้น้ำเสียงของผู้ให้บริการยังไม่ดีเท่าที่ควร ความถูกต้องแม่นยำในแก้ไขปัญหายังไม่มีมาตรฐานในการทำงาน ด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ น่าจะเป็นเพราะความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ ทักษะในเรื่องการสื่อสาร ทำให้การแก้ไขปัญหามีประสิทธิภาพ รวมทั้งเรื่องระยะเวลาในการขอใช้บริการในแต่ละครั้งใช้เวลานานมากเกินไป ทำให้ผู้ขอใช้บริการเสียเวลาในการรอคอย และ เสียเวลาในการทำงานปกติเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อการขอใช้บริการ อาจทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมถึงบริการด้านอื่นอีกเป็นไปได้ และด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้องเป็นเพราะความไม่เต็มใจในการรับเรื่องในการแก้ไขคำร้องจากแผนกต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจ และ แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ของเสริมพงศ์ หล่อวิริยะนันท์(2551) พบว่า ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อวัน โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก และสอดคล้องกับ ผลงานวิจัย เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้าน FOTOFIL ของ ชนศักดิ์ สุจิรัชชาติ. (2550) พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้าน FOTOFIL กับพฤติกรรมการใช้บริการร้าน FOTOFIL ด้านความถี่ในการมาใช้บริการร้าน FOTOFIL มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และสอดคล้องกับทฤษฎีของคอตเลอร์ (วารุณี ดันติวงศ์วานิช ; และคณะ. 2546 : 7; อ้างอิงจาก Kotler. 2003) กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อจะ

รู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามกันหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ

3.2 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการ
 แก่ใจคำร้องในด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ น่าจะเป็นมาจากเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานเกี่ยวกับการใช้งานทั่วไป หรือ โปรแกรม Standard ของทางบริษัท ในบางครั้งการแก้ไขคำร้องอาจจะทำได้ไวและทันต่อการใช้งานให้ทันกำหนด สอดคล้องกับ ผลงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจ และ แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขต กรุงเทพมหานคร ของ เสริมพงศ์ หล่อวิริยะนันท์(2551) พบว่า ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการให้บริการมากขึ้นในอนาคตความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับทฤษฎีของ เลอฟล็อก (Lovelock. 1996 : 50) ได้แบ่งการบริการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการให้บริการของผู้ให้บริการ โดยบริการที่มีการเผชิญหน้าปานกลาง (Medium – Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการระดับปานกลาง ซึ่งผู้บริโภคจะเข้าไปในสถานที่ให้บริการ แต่ไม่ได้ยืนที่นั่น ตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น บริการระดับนี้จะรวมถึงการให้บริการแบบช่วยเหลือตัวเอง (Self Service) ด้วย

3.3 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการ
 จัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการ ด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการในด้านความพึงพอใจโดยรวมและการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะว่าพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ รวมทั้งเรื่องของเวลาในการขอใช้บริการในแต่ละครั้งใช้เวลานานมากเกินไป ทำให้ผู้ขอใช้บริการเสียเวลาในการรอคอย และ เสียเวลาในการทำงานปกติเป็นอย่างมาก แต่ก็ไม่ได้ทำให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจต่อการขอใช้บริการ เพราะพนักงานเหล่านั้นอาจยังไม่พร้อมที่จะดำเนินงานต่อในการรับมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หรือการขอใช้บริการในด้านต่างๆ เนื่องจากยังมีงานอื่นที่มีความสำคัญที่ต้องทำเร่งด่วนก่อน ยิ่งแผนบริการเทคโนโลยีสารสนเทศทำงานช้ามากเท่าไร พนักงานที่ร้องขอก็จะพึงพอใจมากเท่านั้นเพราะตนเองสามารถสะสางงานที่ยังค้างอยู่ให้เสร็จได้ง่ายขึ้นโดยที่ตนเองไม่มีความคิดเพราะความล่าช้าในสิ่งที่ร้องขอไปไม่ได้เกิดจากแผนกของตน และถือได้ว่าเป็นหน้าที่หลักที่ผู้ให้บริการต้องจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพ ตอบสนองความพึงพอใจ และอำนวยความสะดวก ความคุ้มค่าต่อผู้มารับบริการอยู่แล้ว

ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยเรื่องทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ศูนย์การค้าเอสพลานาด ของพีระภัทร ศรีฟ้า (2551) ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์การค้าเอสพลานาดในด้านการจัดการศูนย์การค้ากับพฤติกรรมการมาใช้บริการศูนย์การค้าเอสพลานาดด้านความถี่ในการมาใช้บริการโดยเฉลี่ย(ครั้ง/เดือน)มีความสัมพันธ์ต่ำในทิศทางตรงข้าม ซึ่งสอดคล้องกับ เมนาร์ด คับบริด เชลลี (Maynard W. Shelly.1975: 9) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่ว่าความพึงพอใจ นั้นเป็น ความรู้สึก แบ่งได้ 2 ประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกนั้นเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจาก ความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกต่างๆเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน(ที่มา:http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Peerapatra_S.pdf) และ แนวคิดของ (Armstrong ; & Kotler. 2003: 7) ที่กล่าวถึงลักษณะของบริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ผู้ให้บริการมีหน้าที่ต้องจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อ สามารถตัดสินใจใช้บริการอยู่แล้ว และสอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542: 30) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาเรื่องการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) นักการตลาดจะตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้นั้น จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจผู้บริโภค เพราะถ้าไม่เข้าใจว่าผู้บริโภคคือใคร ไม่เข้าใจว่าเขาต้องการอะไร ชอบสิ่งใด ไม่ชอบสิ่งใด ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้ ดังนั้นจึงนับว่าเป็นหน้าที่ของพนักงานที่จะต้องให้บริการ ดังนั้นพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มทำให้ความพึงพอใจของพนักงานลดลง

3.4 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในด้านความพึงพอใจโดยรวม และด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ ในด้านการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องมาจากการใช้บริการทางโทรศัพท์เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นที่ทุกคนในองค์กรต้องใช้บริการเป็นประจำอยู่แล้วจะมีความถี่ในการใช้มากหรือน้อยไม่ได้อยู่ที่ความพึงพอใจแต่อยู่ที่ความสำคัญที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน ด้านระบบการจัดซื้อไม่ได้ทำได้ทุกคน เฉพาะพนักงานที่มีสิทธิในการสั่งซื้อเท่านั้น และด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ น่าจะเป็นมาจาก พนักงานให้บริการไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน ความรู้ความสามารถไม่พอที่จะตอบคำถามและแก้ไขปัญหาให้กับผู้มาขอใช้บริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยเรื่อง ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ของ

อัจฉรา ศรีสันต์ (2548) พบว่า พฤติกรรมการมาใช้บริการของสำนักบริการข้อมูลธุรกิจไม่มีความสัมพันธ์กับความพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสำนักบริการข้อมูลธุรกิจ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยเรื่องลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร ของ พรพรรณ ช้างงานเนียม (2553) พบว่า ความพึงพอใจด้านระบบในส่วนของการรูปแบบทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ และสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจ และ แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ของ เสริมพงศ์ หล่อวิริยะนันท์(2551) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม กับ พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านระยะเวลาที่ใช้ต่อครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับทฤษฎีของ เสรี วงษ์มณฑา (2542: 30) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาเรื่องการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) นักการตลาดจะตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้นั้นจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจผู้บริโภค เพราะถ้าไม่เข้าใจว่าผู้บริโภคคือใคร ไม่เข้าใจว่าเขาต้องการอะไร ชอบสิ่งใด ไม่ชอบสิ่งใด ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษา ทศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี ส่วนใหญ่เป็นระดับตำแหน่ง เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส แผนก การตลาด/บริหารสื่อ/ร้านค้าสัมพันธ์/CSR และมีระยะเวลาในการทำงานอยู่ระหว่าง 2 – 5 ปี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000 – 40,000 บาท เพื่อเป็นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง ดังนั้นทาง ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรวางกลยุทธ์ในการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เพื่อเป็นการพัฒนาระดับความพึงพอใจของฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศต่อไป

2. ควรจัดเพิ่มในเรื่องการ Training โดยที่เป็นการสอนในเรื่องการใช้งานในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวม อย่างต่อเนื่อง หรือจัดทำคู่มือการใช้งานอย่างง่าย จัดส่งให้กับพนักงานตำแหน่ง ผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/รองกรรมการผู้จัดการ มากเป็นพิเศษ เพื่อให้ทำความเข้าใจในระบบทำงานและเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบกับระบบ หรือ ปัญหาในการใช้งานได้ เนื่องจากผลการวิจัย

พบว่าพนักงานที่มีตำแหน่งผู้จัดการ/ผู้จัดการอาวุโส/ผู้อำนวยการ/รองกรรมการผู้จัดการ มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง และด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มากที่สุด

3. ควรจัดให้มีการ Re Training การใช้งานโปรแกรมต่างๆไป และโปรแกรมการใช้งานเฉพาะด้านรวมถึงการปรับเปลี่ยนวิธีการแก้ไขปัญหา โดยการมองที่ต้นเหตุของการเกิดปัญหา ในระบบงานนั้น หรือจัดหาผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภายนอกเข้าวิเคราะห์ ตรวจสอบรวมถึงการ Training เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าพนักงานที่มีหน่วยงานพัฒนานุคคล/กฎหมาย/ธุรการ จัดซื้อ มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์และ ด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มากที่สุด

4. ควรให้มีการจัดทำ Workshop หรือจัดกิจกรรมต่างๆ กับหน่วยงานอื่นๆ โดยเฉพาะหน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในระบบการทำงาน เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น และ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเป็นการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย ซึ่ง หน่วยงานตรวจสอบภายใน หน่วยงานบัญชี ต้องมีการติดต่อเพื่อทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าพนักงานที่มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน/สำนักกรรมการบริหาร/อาคาร มีพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และพฤติกรรม ด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มากที่สุด

5. ควรเพิ่มระบบ Knowledge Management หรือ เว็บไซต์ที่เป็น Blog ที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่จะสามารถช่วยในการค้นหา หรือวิธีการแก้ไขปัญหาด้วยตัวเองเพิ่มเติมจากการที่ต้องเข้ามาขอใช้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ในการทำงาน และน่าคิดว่าหาความรู้เพิ่มเติมได้ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรม ด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ และระยะเวลาในการขอใช้บริการแตกต่างกัน โดยพนักงานชายมีความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์และระยะเวลาในการขอใช้บริการมากกว่าพนักงานหญิง

6. ควรมีการปรับปรุงการในเรื่องการให้คำแนะนำเพิ่มเติม หรือ การชี้แนะวิธีการทำงานที่ถูกต้อง และควรเพิ่มความรวดเร็ว ชัดเจน ของคำตอบในปัญหาที่มีการร้องขอการแก้ไขด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ Call Center และ ควรเพิ่มจำนวนพนักงานในด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ให้เหมาะสมกับการบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการในระบบเนื่องจากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจต่อความคุ้มค่าที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงาน

7. ควรมีการปรับปรุงและพัฒนา ด้านการให้บริการในด้านต่างๆ ให้มีความรวดเร็วและทันสมัย เช่น กระบวนการในการขอ Request ต้องมีความสะดวกต่อการทำงานของผู้ใช้งาน และ ไม่ซับซ้อนจนเกินไป และต้องมี Innovation ใหม่ ๆ บอกวิธีการหรือคู่มือขั้นตอนการขอใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่างบเวลาที่เสียไปในการใช้งาน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจต่อความคุ้มค่างบที่มาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงาน

8. ควรต้องมีการปรับลดขั้นตอนและแยกประเภทปัญหาในการทำ Request Net4Online ในแต่ละครั้งให้ชัดเจนและน้อยที่สุดและไม่ยุ่งยากจนเกินไป เพื่อที่จะให้ผู้ร้องขอทราบถึงขั้นตอนในการทำงาน เพื่อลดความไม่พึงพอใจในการร้องขอแต่ละครั้ง เช่น การร้องขอแก้ไขปัญหายุ่งยากเกี่ยวกับการใช้งานทั่วไป การทำงานบนโปรแกรม Standard ของบริษัทที่ไม่ต้องผ่านการอนุมัติจากผู้บริหาร แต่ถ้าเป็นการแก้ไขข้อมูล หรือมีการปรับเปลี่ยนโปรแกรมก็ต้องมีการผ่านการอนุมัติจากผู้บริหาร เนื่องจากด้วยผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการแก้ไขคำร้อง Request Net4Online มีทิศทางด้านความพึงพอใจเริ่มไม่ค่อยดีมากเท่าไร เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงาน

9. ควรเพิ่มขั้นตอนและความละเอียดรอบคอบในการตรวจสอบอุปกรณ์ก่อนการส่งมอบอุปกรณ์ให้กับผู้ใช้ ควรลดระยะเวลาในการจัดซื้อให้สั้นลงโดยการ stock สินค้าบางอย่างที่เป็นสินค้าสิ้นเปลืองไว้ใน Stock เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในด้านความถี่ในการจัดซื้อและส่งมอบมีทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงาน

10. ควรมีการเพิ่มทักษะ ความรู้ความสามารถ ในการแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานในด้านบริการให้มากขึ้น รวมถึงการส่งไปพนักงานไปปฏิบัติงานกับบริษัทที่ทำงานด้านการบริการเฉพาะด้าน และควรส่งไปอบรมความรู้เพิ่มเติมจากสถาบันที่เกี่ยวกับการสอนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้บริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ด้านระยะเวลาในขอใช้บริการมีทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) มีความสัมพันธ์ระดับที่ต่ำ ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจด้านการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน

11. ควรต้องมีการลดกระบวนการในการทำ Request หรือแจ้งปัญหาต่างๆ ผ่านระบบ Net4Online ในแต่ละครั้งให้สั้นลงและกระชับมากยิ่งขึ้น ควรให้มีการติดตามผลการแก้ไขคำร้อง การแจ้งผลการดำเนินการ และ ขั้นตอนต่อไปของการดำเนินการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจกับการบริการ และเพื่อความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้ได้ทันที และควรเพิ่มความรู้ความสามารถใน ด้านเทคนิคกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีการแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการแก้ไขคำ ร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึง พอใจด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน

12. ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ เช่นควรเพิ่มทักษะใน เรื่องการสื่อสาร ความชัดเจนการตอบคำถาม การใช้น้ำเสียงที่สุภาพอ่อนโยนต่อผู้ใช้บริการ เต็มใจใน การรับเรื่อง และชี้แจงขั้นตอนได้อย่างถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรม การใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการทางโทรศัพท์ มีความสัมพันธ์ ระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงาน ต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

13. ควรต้องมีการปรับลดขั้นตอนและแยกประเภทปัญหาในการทำ Request Net4Online ในแต่ละครั้งให้ชัดเจนและน้อยที่สุดและไม่ยุ่งยากจนเกินไป เพื่อที่จะให้ผู้ใช้ร้องขอทราบถึงขั้นตอนในการ ทำงาน เพื่อลดความไม่พึงพอใจในการร้องขอแต่ละครั้ง เช่น การร้องขอแก้ไขปัญหากับการใช้งาน ทั่วไป การทำงานบนโปรแกรม Standard ของบริษัทที่ไม่ต้องผ่านการอนุมัติจากผู้บริหาร แต่ถ้าเป็นการ แก้ไขข้อมูล หรือมีการปรับเปลี่ยน โปรแกรมก็ต้องมีการผ่านการอนุมัติจากผู้บริหาร เนื่องจากด้วยผล การศึกษาพบว่า ทัศนคติความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการแก้ไข คำร้อง Request Net4Online มีทิศทางด้านความพึงพอใจเริ่มไม่ค่อยดีเท่าไร เนื่องจากผลการวิจัย พบว่าพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มี ความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงาน ต่อการให้บริการใน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

14. ควรมีการนำผู้เชี่ยวชาญ หรือ ว่าจ้างบริษัทที่ทำงานเฉพาะด้านมาช่วยในการวิเคราะห์ ปัญหา แก้ไขปัญหา และช่วยให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เพราะว่าจะได้เกิดการ Knowledge Sharing จากผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่หลากหลายเนื่องจาก ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ ของพนักงาน ต่อการให้บริการในระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคุ้มค่าที่มารับบริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

15. ควรมีการปรับปรุงและพัฒนา ด้านการให้บริการในด้านต่างๆ ให้มีความรวดเร็วและทันสมัย เช่น กระบวนการในการขอ Request ต้องมีความสะดวกต่อการทำงานของผู้ใช้งาน และ ไม่ซับซ้อนจนเกินไป และต้องมี Innovation ใหม่ ๆ บอกวิธีการหรือคู่มือขั้นตอนการขอใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไปในการใช้งาน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการแก้ไขคำร้อง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของพนักงานต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

16. ควรเพิ่มขั้นตอนและความละเอียดรอบคอบในการตรวจสอบอุปกรณ์ก่อนการส่งมอบอุปกรณ์ให้กับผู้ใช้ ควรลดระยะเวลาในการจัดซื้อให้สั้นลง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความถี่ในการใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของพนักงานต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

17. ควรมีการปรับปรุงการในเรื่องการให้คำแนะนำเพิ่มเติม หรือ การชี้แนะวิธีการทำงานที่ถูกต้อง และควรเพิ่มความรวดเร็ว ชัดเจน ของคำตอบในปัญหาที่มีการร้องขอการแก้ไขด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ Call Center และ ควรเพิ่มจำนวนพนักงานในด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ให้เหมาะสมกับการบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการในระบบเนื่องจากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านระยะเวลาในการขอใช้บริการ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจของพนักงานต่อการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

18. ในด้านทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการด้านโทรศัพท์ ด้านการให้บริการทางระบบ Request ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์

ควรมีการปรับปรุงทั้งกระบวนการในการให้บริการ และ ควรเพิ่มรูปแบบใหม่ๆ ในการให้บริการแก่พนักงานภายในบริษัท เช่น ทรูล พัฒนา จำกัด (มหาชน) เพื่อให้เกิดความแตกต่าง และ ควรนำระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐานในระดับสากลเข้ามาพัฒนา ควรปรับกลยุทธ์ในการทำงานด้านการบริการในเป็นการบริการเชิงรุก เนื่องด้วยผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมแล้วการบริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 3 ด้าน ในการใช้บริการของฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับที่ต่ำ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับ ต่อกระบวนการการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานภายในบริษัท เช่นทรูล พัฒนา จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ทราบถึงความ ต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง และสามารถพัฒนาระบบการให้บริการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อ องค์กร

1. ควรศึกษาเพิ่มปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และ พฤติกรรม ในการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานภายในบริษัท เพื่อนำผลการศึกษาหรือ คำติชมที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบเกี่ยวกับการให้บริการ โดยเน้นที่คุณภาพการให้บริการ ความรวดเร็วในการทำงาน และความเป็นมืออาชีพในงานด้านบริการ เพื่อเพิ่มทัศนคติที่ดี และ ความพึงพอใจให้กับผู้บริการมากที่สุด

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะนำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้ามา ขอใช้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มเติม หรืออาจนำทฤษฎีอื่นๆ มาเป็นแบบจำลองใน การศึกษา เพื่อให้ทราบ แนะนำมาเปรียบเทียบเพื่อเป็นประโยชน์ในครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชรินิ เดชจินดา. (2535). *ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรมแขวงแสมคำ
เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์. (สาขาสังแวดล้อม).
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชูศรี วงศ์ตันนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ
- ดิเรก ฤกษ์ห่วย. (2528). *การทำการเปลี่ยนแปลง เน้นกระบวนการเผยแพร่กระจายนวัตกรรม*.
กรุงเทพมหานคร เลอิมชาญการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). *หลักการจัดการองค์ก*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). *ทัศนคติการวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ:
ไทยวัฒนาพานิช.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักและทฤษฎีทางสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมธิราช.
- ปรียากร วงศ์อนุตรโรจน์. (2535). *จิตวิทยาการบริหารบุคคล*. กรุงเทพฯ: สหมิตรออฟเซต.
- พรทพิย์ บุญนิพัทธ์. (2531). *องค์ประกอบของทัศนคติ*. กรุงเทพฯ: เทพนิมิตการพิมพ์.
- พิทักษ์ ทรัพย์ทิพย์. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ
กรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสำนักงานเขตยานนาวา*. ภาคนิพนธ์.
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มนัสวี ชาติาสีห์. (2545). *บริการอย่างมีคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: แม็กโปรคอนซัลแตนท์.
- มุกดา สุขสมาน. *ชีวิตกับสภาพแวดล้อม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัชยา กุลวาณิชไชยนันท์. (2535). *ความพึงพอใจและความต้องการในคุณภาพงานบริการทางการแพทย์
ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. รายงานการวิจัย.
สำนักงานประกันสังคม.
- วิชัย เหลืองธรรมชาติ. (2531). *ความพึงพอใจและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของประชากรใน
หมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภา*. วิทยานิพนธ์. วท.ม. (สาขาสังแวดล้อม)
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. “คำเฉลี่ยกับการแปลความหมาย : เรื่องง่ายๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้.”
ข่าวสารวิจัยการศึกษา. 18(3) : 8 – 11 ; กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2538
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). *เจตคติ*. กรุงเทพฯ: รุ่งวัฒนา.

ศิริพร ตันติพลวินัย. “กลยุทธ์การสร้างคุณภาพบริการ.” เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ เรื่องกลยุทธ์บริหารพยาบาลเพื่อคุณภาพและความพึงพอใจในยุคการแข่งขัน คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2547). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สุเทพ พานิชพันธุ์. (2541). ความพึงพอใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตร จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์. (สาขาส่งเสริมการเกษตร) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สง่า ภูณรงค์. (2540). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของศึกษาอำเภอตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ และความพึงพอใจของข้าราชการสำนักงานศึกษาธิการ ในเขตการศึกษา 7. วิทยานิพนธ์. (สาขาวิชาศึกษาศาสตร์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุนนา อยู่โพธิ์. (2539). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุพิน เกษาคูปต์. (2537). พฤติกรรมองค์กร ความรู้เบื้องต้นในการบริหารทรัพยากรมนุษย์.

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุภัททา บัณฑะแพทย์. (2542). จิตวิทยาทั่วไป แนวคิดและทฤษฎีขั้นมูลฐาน. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.

สมชาติ กิจธรรยง. (2536). สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สนิท เหลืองบุตรนาค. (2529). ความพึงพอใจของนักศึกษาโครงการฝึกอบรมครูและบุคลากรทางการศึกษาประจำการระดับปริญญาตรีครุศาสตรบัณฑิตวิชาเอกเกษตรศาสตร์. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2541). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ซีระฟิล์ม.

และไซเท็กซ์ จำกัด

อุกฤษฏ์ ทรงชัยสงวน. (2543). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการโครงการพัฒนาสถานีตำรวจเพื่อประชาชนของสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. (2539). หลักและปรัชญาของวาทวิทยา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อัมรินทร์.

อนงค์ เอื้อวัฒนา. “ความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลอำนาจเจริญ.”

วิทยานิพนธ์.

Allport, Gordon., Attitude inc. Murchison (Ed.). (1985). *Handbook of Social Psychology*. Worcester Mass Clark University Press.

- Bateman, Thomas S., & Scott A. Snell. *Management : Building Competitive Advantage*. 4th ed. Boston: Irwin McGraw-H.
- Burgoon Micheal. (1974). *Approaching Speech/Communication*. New York: Holt,Rinehart and Winston. Inc.
- Bloom Benjamins. (1967). *Human Characteristics and Learning*. New York: McGraw-Hill.
- Daniel Katz. (1960). *The Function Approach to Study of Attitudes*. Public Opinion Quarterly, Vol. 4.
- G. Murply , L. Murphy; & T. Newcomb. (1973). *Experimental Social Psychology An interpretation of Research upon the Socialization of the Individual*,
- Good, Carter.V. (1963). *Dictionary of Education*. 3rd. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Herbert C. Kelman. "Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change
- Howard H. Kendler. (1963). *The concept of the concept : Categories of human learning*. Academic Press Inc., US.
- Hartung, Joachim. (2001). *Testing for Homogeneity in Combining of two-armed trials with normally distributed responses. The Indian Journal of Statistics. Sankhya. Volume 63: 293-310.*
- Krech D.; & Crutchfield. (1948). *Individual in Sociaty*. Bombay: Tata Mc graw – Hill.
- Lasswell, Harold D. (1948). *The Political Personality, In Power and Personality*.
- McGuire, W.J.; & Millman. (1965) S, " Antictpatory Beliel Lowering Forewarning of Presuasive. Attack," Journal of Personality and Social Psychology , 23.
- Munn L. Norman. (1971). *The Fundamentals of Human Adjustment*. 4th ed. Boston: Honghton Miffin.
- Patrick Meredith. (1961). *Learning, Remembering and Knowing*. London: The English Universities Press.
- Philip Kotler. (2000). *Marketing Management*. Northwestern University. The Millennium Edition: Prentice Hall International, Inc
- Roger . 1.2 *Article Title : Moral and ethical issues in plant biotechnology*
- Rue ,Leslie W.; & Byars , Lloyd L. (2000). *Management : Skill and Application*. 9th ed. North America ; McGraw-Hill Inc., .
- Triandis, Harry. (1971). *Attitude and Attitude Change*. New York: John wiley and Sons.
- Zimbardo, Philip; & Ebbe B.Ebbesen. *Influencing Attitudes and Changing Behavio*.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ”
ของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม :

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลประกอบการทำรายงานการวิจัยเกี่ยวกับความทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานศึกษาตามหลักสูตร ระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ(ประสานมิตร) ขอให้ท่านพิจารณาคำถามและตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่าน โปรดตอบคำถามทุกข้อ คำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ ผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านในครั้งนี้

หัวข้อในการสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ

- ข้อมูลส่วนบุคคล
- ทัศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ต่อไปนี้)

1. ตำแหน่ง

- | | | |
|---|--|--|
| ☐ เจ้าหน้าที่ | ☐ เจ้าหน้าที่อาวุโส | ☐ หัวหน้าแผนก |
| ☐ ผู้ช่วยผู้จัดการ | ☐ ผู้จัดการ | ☐ ผู้จัดการอาวุโส |
| ☐ ผู้อำนวยการ | ☐ รองกรรมการผู้จัดการ | |

2. หน่วยงาน

- | | | |
|---------------------------------------|---|--|
| ☐ ตรวจสอบภายใน | ☐ สำนักกรรมการบริหาร | ☐ พัฒนาบุคคล |
| ☐ การตลาด | ☐ บริหารสื่อฯ | ☐ ร้านค้าสัมพันธ์ |
| ☐ กฎหมาย | ☐ CSR | ☐ บัญชี การเงิน |
| ☐ แคมเปญ | ☐ อาคาร | ☐ ธุรกิจ จัดซื้อ |

3. เพศ

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| ☐ ชาย | ☐ หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|

4. อายุ

- | | |
|--|--|
| ☐ ต่ำกว่า 25 ปี | ☐ 25 – 35 ปี |
| ☐ 36 – 45 ปี | ☐ มากกว่า 45 ปี |

5. ระยะเวลาในการทำงาน

- | | |
|---|--|
| ☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี | ☐ 2 – 5 ปี |
| ☐ 6 – 10 ปี | ☐ มากกว่า 10 ปี |

6. รายได้

- | | |
|---|--|
| ☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท | ☐ 20,001 – 40,000 บาท |
| ☐ 40,001 – 60,000 บาท | ☐ 60,001 – 80,000 บาท |
| ☐ 80,001 บาทขึ้นไป | |

ส่วนที่ 2 ทศนคติต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ทศนคติเกี่ยวกับการให้บริการ ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	ทศนคติ				
	ดีมาก (5)	ดี (4)	ปานกลาง (3)	ควรปรับปรุง (2)	ควรปรับปรุง อย่างมาก
ด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center)					
1. การให้คำแนะนำ หรือชี้แจงขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการ					
2. ความรวดเร็ว ชัดเจน ของคำตอบที่ได้รับ					
3. ระเบียบ ขั้นตอน กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในการให้บริการ					
4. ภาษาในการสื่อสาร ชัดเจน นุ่มนวล สุภาพ และเข้าใจง่าย					
5. ความตั้งใจ เต็มใจในการรับเรื่อง และแก้ไขปัญหา					
ด้านการให้บริการแก้ไขข้อร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line)					
6. การแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง รวดเร็ว ตรงกับความต้องการ					
7. ระยะเวลาในตอบกลับ และแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จ					
8. การแก้ไขปัญหาได้ตรงตามกำหนดเวลา หรือตามที่ตกลงไว้					
9. กระบวนการ ในการขอใช้บริการ หรือแจ้งปัญหาต่าง ๆ					
10. ความรู้ความสามารถในการให้บริการ					
ด้านการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery)					
11. ส่งมอบได้ถูกต้อง รวดเร็ว ครบถ้วน					
12. ภาษาในการสื่อสาร ชัดเจน นุ่มนวล สุภาพ และเข้าใจง่าย					
13. ความตั้งใจ เต็มใจในการให้บริการ					
14. ระยะเวลาในการสั่งซื้อ ส่งมอบ และติดตั้ง					
15. ขั้นตอน และกระบวนการในการขอใช้บริการจนถึงส่งมอบ					
16. ความพร้อมใช้ของอุปกรณ์ที่ติดตั้ง					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)
(กรุณารอรายละเอียด)

1. จำนวนครั้งที่ใช้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) _____ ครั้งต่อเดือน
2. จำนวนครั้งที่ใช้บริการแก้ไขคำร้อง (Request ผ่านระบบ NET4 On-line) _____ ครั้งต่อเดือน
3. จำนวนครั้งที่ใช้บริการจัดซื้อและส่งมอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Delivery) _____ ครั้งต่อเดือน
4. ช่วงเวลาใดที่ท่านขอใช้บริการมากที่สุด
☐ ช่วงเช้า (9:00 – 11:00 น) ☐ ช่วงบ่าย (13:00 – 15:00 น) ☐ ช่วงเย็น (16:00 – 18:00 น)
5. ระยะเวลาในการขอใช้บริการแต่ละครั้งประมาณ _____ ชั่วโมง
6. ท่านใช้ระยะเวลาในการขอใช้บริการเรื่องใดมากที่สุด
☐ บริการทางโทรศัพท์ ☐ ผ่านระบบ Request ☐ จัดซื้อและส่งมอบ
7. เรื่องใดที่ท่านขอใช้บริการมากที่สุด (Call center , Request4, จัดซื้อและส่งมอบ)
☐ บริการทางโทรศัพท์ ☐ ผ่านระบบ Request ☐ จัดซื้อและส่งมอบ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

1. โปรดประเมินความคุ้มค่าที่ท่านมาใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
ไม่คุ้มค่าเลย.....;.....;.....;.....;.....;คุ้มค่าอย่างมาก
1 2 3 4 5
2. โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวมของท่านในการใช้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
ไม่พอใจอย่างมาก.....;.....;.....;.....;.....;พอใจอย่างมาก
1 2 3 4 5
3. โปรดประเมินการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อเทียบกับที่ท่านขอใช้บริการด้านอื่น
ด้อยกว่ามาก.....;.....;.....;.....;.....;ดีกว่ามาก
1 2 3 4 5

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์	อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ภาคผนวก ค

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตาม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศธ 0519.12/ 1306

วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายอุทร ชัมละม้าย นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุณิศร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย ขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายอุทร ชัมละม้าย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศธ 0519.12/1305

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

19 กุมภาพันธ์ 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์

เนื่องด้วย นายอุทร ยัมละม้าย นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)” โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.ฉัณห์ กุณิสร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อกระบวนการ การให้บริการด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานภายในบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายอุทร ยัมละม้าย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5067

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิติศาสตร์ โทรศัพท์ 083-992-9008

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายอุทร ยิ้มละม้าย
วันเดือนปีเกิด	11 กรกฎาคม 2513
สถานที่เกิด	จังหวัด ฉะเชิงเทรา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	19/70 หมู่บ้าน สิ้นสุโขทัยแก้ว ซอยโพธิ์แก้ว4 แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) 999/9 อาคารดิอออฟฟิต เอท เซ็นทรัลเวิลด์ ถนนพระราม1 เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2549	ปริญญาตรี สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
พ.ศ. 2553	ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ