

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย
ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
นางสาวนาฏยา พิเดช

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว
ตุลาคม 2546

นาฏยา พิเดช. (2546). การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ กศ.ม.(จิตวิทยาการแนะแนว).กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทา ผู้รักษา.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน แบ่งเป็น ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้การช่วยเหลือ ด้านการสื่อสาร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านหนังสือ ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ด้วยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการศึกษา พบว่า จำนวนเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน

1. ความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยรวมและในรายด้าน คือด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้การช่วยเหลือ ด้านการสื่อสาร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย อยู่ในระดับพอใจ
2. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพการสมรส และอาชีพ
3. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา
4. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอายุ และเมื่อศึกษาในรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเมื่อจำแนกตามอายุ
5. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเมื่อจำแนกตามรายได้ และเมื่อศึกษาในรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจในด้านการสื่อสาร ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อจำแนกตามรายได้

A STUDY OF CUSTOMERS' SATISFACTION WITH THE SERVICE OF SALEPEOPLE
AT SE-ED BOOK CENTER IN BANGKOK

AN ABSTRACT
BY
MISS NATAYA PIDECH

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree in Guidance
at Srinakharinwirot University
October 2003

Nataya Pidech (2003). A Study Of Customers ' Satisfaction With The Service Of Salepeople At SE-ED Book Center In Bangkok. Master Project, M.Ed. (Guidance). Bangkok : Graduate School Srinakharinwirot University. Projects Advisor : Assist. Prof. Dr. Nanta Sooraksa.

The purpose of this research was to study Customers' Satisfaction With The Service Of Salepeople At SE-ED Book Center In Bangkok in seven aspects : reliability, , helpfulness , communication, timly, competence, tangibility and personality by sex ; age ; marrital status ; educational level ; occupation ; and income.

The sample consisted of 300 customers of SE-ED Book Center who were selected by accidental sampling. The instruments used for collecting data were personal and customers' satisfaction questionniar. T-test and One-Way Analysis of Variance and paired-test by Least Significance Difference (LSD) method were used to analyzing data.

The research results revealed that :

1. The customers' satisfaction with the service of salespeople at SE-ED book center in Bangkok is in satisfy level for all aspects.
2. There was no significance difference of the customers' satisfaction by sex, marrital status and occupation.
3. There was significance difference of customers' satisfaction for overall aspects by educational level. There was also significance difference of customers' satisfaction for each aspects by educational level on reliability, helpfulness, communication, timly, competence, tangibility and personality.
4. There was no significance difference of customers' satisfaction for overall aspects by age. There was significance difference of customers' satisfaction for each aspects by age on personality.
5. There was significance difference of customers' satisfaction for overall aspects by income. There was significance difference of customers' satisfaction for each aspects by income on communication competence, tangibility and personality.

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย
ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวนาฏยา พิเดช

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว

ตุลาคม 2546

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเนื่องจากผู้วิจัยได้เข้ารับการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้วิจัยเป็นอย่างมาก ผลงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยการสนับสนุนจากผู้เกี่ยวข้องหลายท่าน ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอกล่าวขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนสนับสนุนผู้วิจัยตลอดมา

กราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทา สู้รักษา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำตลอดจนข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย

และกราบขอบพระคุณ ดร.พาสนา จุลรัตน์ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันเพ็ญ พงศ์ประยูร อาจารย์ที่ปรึกษาที่ช่วยให้คำแนะนำระหว่างที่ศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย

กราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทา สู้รักษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทศพร มณีศรีขำ อาจารย์ไพศาล อันประเสริฐ คณะกรรมการสอบปากเปล่าที่ได้ให้คำแนะนำ และพิจารณาการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามและขอขอบพระคุณ คุณมณฑล ไซตีสรรยุทธ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานซีอีโอบุ๊คเซ็นเตอร์ ผู้จัดการร้านหนังสือซีอีโอบุ๊คเซ็นเตอร์ และผู้ช่วยผู้จัดการร้านหนังสือซีอีโอบุ๊คเซ็นเตอร์สาขาจัสโก้รัชดาฯ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และสาขาอาคารเดอะเนชั่นบางนา บริษัท ซีอีโอบุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

ขอขอบพระคุณ คุณนุชนารถ กองวิสัยสุข ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานวารสาร คุณอังคณา ศรีอำไพ ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาวารสารเซมิคอนดักเตอร์ และนิสิตปริญญาโท รหัส 43 สาขาจิตวิทยาการแนะแนว ภาควิชาพิเศษ ทุกท่านในการช่วยเหลือสนับสนุนข้อมูล และให้กำลังใจด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัย ขอโน้มรำลึกถึงพระคุณของบิดา นายมานะ พิเดช และมารดา นางประยงค์ พิเดช ที่สนับสนุนให้ข้าพเจ้าได้รับการศึกษา และบรรลุความสำเร็จ ตลอดจนพี่ชาย และพี่สาว ที่คอยให้กำลังใจและให้การสนับสนุนด้วยดีตลอดมา

นาฏยา พิเดช

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายในการศึกษาค้นคว้า	3
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	7
ความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของการบริการ	8
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	10
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ	11
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ	14
การวัดความพึงพอใจในการบริการ	15
ลักษณะทั่วไปของพนักงานขาย หรือ การขายโดยบุคคล	16
คุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบผลสำเร็จ	17
การให้บริการร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	25
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	28
วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ	28
ตัวอย่างแบบสอบถามด้านการบริการของพนักงานขาย	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
วิธีจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34

สารบัญ(ต่อ)

บทที่

หน้า

4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	38
5	สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	68
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	68
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า	68
	สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า.....	68
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	68
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	69
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	69
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
	สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	70
	การอภิปรายผล.....	72
	ข้อเสนอแนะ	74
	บรรณานุกรม	76
	ภาคผนวก	82
	ภาคผนวก ก.....	83
	ภาคผนวก ข.....	92
	ภาคผนวก ค.....	96
	ภาคผนวก ง	98
	ประวัติย่อผู้วิจัย.....	100

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 38
2	แสดงคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร..... 41
3	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ..... 42
4	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมจำแนกตามอายุ..... 43
5	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครในด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย จำแนกตามอายุ 45
6	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพการสมรส 46
7	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา 48
8	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา 50
9	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามระดับการศึกษา 51

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
10	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านการให้การช่วยเหลือ จำแนกตามระดับการศึกษา	52
11	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านการสื่อสาร จำแนกตามระดับการศึกษา	53
12	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จำแนกตามระดับ การศึกษา	54
13	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านข้อมูลในการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	55
14	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ จำแนกตามมีระดับการศึกษา	56
15	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย จำแนกตามระดับการศึกษา	58
16	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของ พนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมจำแนกตามอาชีพ.....	59
17	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของ พนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม จำแนกตามรายได้.....	61
18	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานครโดยรวมจำแนกตามรายได้.....	63

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
19	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีไอดีบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานครด้านการสื่อสาร จำแนกตามรายได้ 64
20	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีไอดีบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านข้อมูลในการให้บริการ จำแนกตามรายได้ 65
21	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีไอดีบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานครด้านความพร้อมของอุปกรณ์ จำแนกตามรายได้ 66
22	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการ ให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีไอดีบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขต กรุงเทพมหานครโดยรวมด้านบุคลิภาพของพนักงานขาย จำแนกตามรายได้ 67

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การพัฒนาประเทศต้องอาศัยการพัฒนาบุคคลในประเทศเป็นสำคัญ หลักการพัฒนาบุคคลที่สำคัญที่สุดคือต้องเป็นผู้ที่รักการอ่านหนังสือ ชอบค้นคว้าและแสวงหาความรู้อยู่เสมอ การแสวงหาความรู้และการอ่านหนังสือเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้ชีวิตของคนเราสมบูรณ์และมีค่า (สมาน พลวิจิต.2518:1;อ้างอิงจาก ประทีป สยามชัย.2513: 6) ถ้าจะกล่าวได้ว่า หนังสือมีอิทธิพลต่อชีวิตก็ย่อมจะกล่าวได้ เพราะนอกจากจะมีอิทธิพลในการให้แนวทางในการคิดและให้ความรู้แล้ว ยังให้ความอึดที่แตกต่างไปจากความอึดอันเกิดจากการกินหรือการดื่ม หรือการเสพอื่นๆ เพราะเป็นการอึดเอนกแกใจ ที่ยากแก่การประมาณหรือซึ่งตวงว่ามากนักน้อย หรือลึกซึ่งเพียงใด (รัญจวน อินทรกำแหง.2516: 30)

ในปัจจุบันรูปแบบของร้านหนังสือเริ่มมีการพัฒนาให้มีรูปแบบ และการให้บริการที่เป็นระบบระเบียบมากขึ้นเพื่อเป็นการดึงดูด และสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น และในกลุ่มของธุรกิจร้านหนังสือก็มีการแข่งขันกันอย่างสูงในการสร้างสิ่งดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ ในร้านหนังสือของตนเองให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยการวางแผนและปรับกลยุทธ์การตลาดด้วยการให้บริการด้านต่างๆ ที่แตกต่างจากคู่แข่ง วิธีการที่จะสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดก็คือการทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นว่า สินค้าหรือบริการที่เสนอนั้นเป็นวิถีทางอันเลิศเลิศที่จะนำความพึงพอใจมาให้ (มนูญ ตนะวัฒนา. 2537 : 230) การให้บริการของพนักงานบริการหรือพนักงานขายเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญที่ต้องมีความโดดเด่น และพิเศษกว่าบรรดาคู่แข่งรายอื่น ๆ

บทบาทของพนักงานบริการถือว่า เป็นส่วนประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งในการบริหารการผลิตในธุรกิจอุตสาหกรรมและการบริการ เพราะในระบบธุรกิจอุตสาหกรรมทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็กที่สุด จนกระทั่งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ก็ตาม ต่างก็ต้องมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญองค์ประกอบหนึ่งที่เหมือนกันก็คือ ส่วนการขายและการบริการ (Sales and Service Component) การขายและการบริการในธุรกิจอุตสาหกรรมส่วนใหญ่แล้วเป็นการแข่งขันและต่อสู้กันในห้องตลาด ยกเว้นสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะการผูกขาด ถ้าหากจะเปรียบเทียบส่วนของการขายและการบริการ ก็เหมือนกับกองทัพที่ทำการรบอยู่ในสนามรบเพื่อแย่งชิงพื้นที่ครอบครองโดยมีคู่แข่งเป็นข้าศึก เป้าหมายของส่วนการขายและการบริการคือ การพยายามเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดด้วยยุทธวิธีต่าง ๆ เพื่อเพิ่มยอดขายและหวังยึดครองตลาดให้มากที่สุดในระยะยาว (ยุติธร เขี่ยมอร่าม. 2542 : 2 ; อ้างอิงจาก สันติชัย กลิ่นพิกุล และยอดดวง พันธน์ภา. 2529: 4-5)

การบริการเป็นหัวใจของการตลาดยุคปัจจุบันและยุคหน้า นักการตลาดจะต้องให้ความสำคัญกับพนักงานภายในบริษัทอย่างยิ่งต่อการกำหนดคุณภาพบริการ เพราะพนักงานผู้ให้บริการ มี

ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องอย่างแยกไม่ออกกับคุณภาพของการบริการ และความพึงพอใจของลูกค้า ถ้าพนักงานขาดความรู้ความสามารถ ไม่มีจิตใจให้บริการ ไม่กระตือรือร้น บริการที่ให้กับลูกค้าย่อมไม่ดี ส่งผลให้ลูกค้าไม่พอใจเมื่อลูกค้าไม่พอใจ ลูกค้าก็จะเปลี่ยนไปใช้สินค้า หรือบริการจากคนอื่น การสูญเสียลูกค้าบ่อย ๆ ทำให้รายได้ของกิจกรรมลดลงในขณะที่ต้นทุนสูงขึ้น (วิทยา ด้านธำรงกุล. 2536 : 6) พนักงานขายจึงถือว่าเป็นตัวแทนของบริษัทผู้ผลิตหรือบริษัทผู้ขาย ที่จะนำสินค้าและบริการไปขายให้แก่ผู้บริโภคและผู้สนใจอื่น ๆ ทั่วไป พนักงานขายเป็นผู้ช่วยให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนขึ้นมาได้ในหลายกรณี เขาช่วยให้ลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น เขาสามารถชี้แจงรายละเอียดปลีกย่อยของสินค้าที่ผู้ซื้อยังไม่เข้าใจ และยังสามารถคลี่คลายความสงสัย ตลอดจนทำให้ผู้ซื้อมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และเห็นว่าคุ้มกันถ้าผู้ซื้อจะเสียเงินอันมีค่าของเขาไปในการแลกเปลี่ยนสินค้านั้น ๆ จะเห็นได้ว่า พนักงานขายเป็นสื่อกลางที่จำเป็นอย่างยิ่งในภาวะสังคมเศรษฐกิจในปัจจุบัน (สำอองค์ งามวิจิตร. 2525: 103)

จากที่กล่าวมา การบริการเป็นหัวใจสำคัญในการทำการตลาดในปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานบริการ หรือพนักงานขายมีส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มยอดขาย ยิ่งหากการบริการนั้นเป็นการบริการมุ่งสร้างความพิเศษและความประทับใจที่แตกต่างจากการให้บริการทั่ว ๆ ไป ย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคที่มาใช้บริการ และเกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นลูกค้าประจำ

บริษัท ซีอี๊ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทเอกชนที่เป็นผู้ผลิตและผู้พัฒนาสื่อทางการศึกษา อาทิ หนังสือ ตำรา คู่มือ วารสารทางวิชาการด้านต่าง ๆ และเพื่อเป็นการกระจายสื่อไปถึงกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด บริษัท ซีอี๊ดยู ได้ทำการเปิดร้านหนังสือภายใต้ชื่อ ซีอี๊ดบุ๊คเซ็นเตอร์อยู่ทั่วประเทศ ปัจจุบันมีทั้งหมด 120 กว่าสาขาทั่วประเทศ ทั้งในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด เพื่อบริการให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อหนังสือที่ร้านหนังสือซีอี๊ดบุ๊คเซ็นเตอร์ได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึง การให้บริการที่กล่าวถึงนั้นประกอบด้วย การให้บริการหลัก ที่เน้นการบริการเกี่ยวกับการเลือกซื้อหนังสือ วารสารด้านต่างๆ และการบริการเสริม เป็นบริการที่ช่วยส่งเสริมบริการหลักได้แก่ บริการห่อปกพลาสติก บริการห่อของขวัญ บริการจ่ายค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์) บริการจำหน่ายชั่วโมงอินเทอร์เน็ต บริการจำหน่ายบัตรโทรศัพท์ และบริการสั่งซื้อหนังสือต่างประเทศ โดยมีพนักงานขายคอยอำนวยความสะดวกในการให้บริการ เริ่มตั้งแต่การกล่าวทักทายลูกค้าตั้งแต่ก้าวเข้ามาในร้าน การให้คำแนะนำในการเลือกซื้อหนังสือ การช่วยในการค้นหาหนังสือ การเก็บเงินหลังจากที่เลือกหนังสือที่ต้องการแล้ว และการกล่าวคำขอบคุณหลังจากให้บริการแล้ว การให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอี๊ดบุ๊คเซ็นเตอร์มีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมากอันจะส่งผลต่อการเข้ามาใช้บริการของร้านหนังสืออย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาการบริการของพนักงานขาย รวมถึงการสร้างระบบของการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา เพื่อการให้บริการที่เกิดขึ้นตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคมากที่สุดในทุกเพศ

ทุกระดับอายุ ทุกระดับการศึกษา ทุกระดับรายได้ และทุกสาขาอาชีพ อันจะนำไปสู่ความมั่นคงและการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ เกิดภาพพจน์ที่ดีในความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ และเกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการของร้านอีกอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งนี้ยังเป็นการส่งเสริมคนไทยให้เกิดนิสัยรักการอ่านในทางหนึ่งอีกด้วย ซึ่งถือเป็นการบรรลุสู่เป้าหมายสูงสุดของการดำเนินงานของบริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

เนื่องจากตั้งแต่ต้นปี 2545 บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มปรับปรุงระบบงานโดยรวมเพื่อเข้าสู่ระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001: 2000 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหนึ่งในข้อกำหนดของการเข้าสู่ระบบมาตรฐานนี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผนงานการให้บริการให้ได้มาตรฐาน การรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเพื่อปรับปรุงการบริการนั้นได้มาจากตัวชี้วัดที่เป็นความพึงพอใจของลูกค้า ที่เป็นจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้า ในการได้รับการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจ จากที่กล่าวมาความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเครื่องชี้วัดถึงควมมีประสิทธิภาพและความเป็นมาตรฐานของการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้การบริการของพนักงานขาย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการที่จะทำการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อจะนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ในทุกสาขาทั่วประเทศ ให้มีรูปแบบที่เป็นมาตรฐานและตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และเพื่อเป็นการพัฒนาการดำเนินงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพของ บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยรวมอีกด้วย

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ให้มีความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน และการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อหนังสือในร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาจัสโกรัชดาฯ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และสาขาอาคารเดอะเนชั่นบางนา ในช่วง เดือนมีนาคม 2546 ถึง เดือนพฤษภาคม 2546

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อหนังสือที่ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาจัสโกรัชดาฯ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และสาขาอาคารเดอะเนชั่นบางนา ในช่วง เดือนมีนาคม 2546 ถึง เดือนพฤษภาคม 2546 จำนวนสาขาละ 100 คน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 300 คนที่ได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538) และทำแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้บริโภคจำแนกเป็น

1.1 เพศ ได้แก่

1.1.1 เพศชาย

1.1.2 เพศหญิง

1.2 อายุ แบ่งเป็น

1.2.1 อายุต่ำกว่า 20 ปี

1.2.2 อายุ 20-30 ปี

1.2.3 อายุ 31-40 ปี

1.2.4 อายุสูงกว่า 40 ปีขึ้นไป

1.3 สถานภาพการสมรส

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส

1.3.3 หม้าย / หย่า

1.4 ระดับการศึกษา แบ่งเป็น

1.4.1 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา

1.4.2 ระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า

1.4.3 ระดับอนุปริญญา

1.4.4 ระดับปริญญาตรี

1.4.5 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี

- 1.5 อาชีพ แบ่งเป็น
 - 1.5.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
 - 1.5.2 รับราชการ
 - 1.5.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 1.5.4 พนักงานเอกชน/รับจ้าง
 - 1.5.5 อื่นๆ
- 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแบ่งเป็น
 - 1.6.1 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 1.6.2 รายได้ 10,000-20,000 บาท
 - 1.6.3 รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 7 ด้าน ประกอบด้วย

- 2.1 ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือ
- 2.2 ความพึงพอใจด้านการให้การช่วยเหลือ
- 2.3 ความพึงพอใจด้านการสื่อสาร
- 2.4 ความพึงพอใจด้านความรวดเร็วในการให้บริการ
- 2.5 ความพึงพอใจด้านข้อมูลในการให้บริการ
- 2.6 ความพึงพอใจด้านความพร้อมของอุปกรณ์
- 2.7 ความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย หมายถึง ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย 7 ด้านได้แก่

1. **ด้านความน่าเชื่อถือ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายที่มีความสม่ำเสมอในการให้บริการไม่ว่าจะเข้ามาใช้บริการเมื่อใดก็จะได้รับการบริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจเช่นนั้นเสมอ ความรอบคอบในการให้บริการ ความถูกต้องในการให้บริการ ความรับผิดชอบในการให้บริการ รวมถึง ความมั่นคงทางอารมณ์ ของพนักงานขายในการให้บริการที่สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดีอยู่เสมอไม่ว่าจะเกิดปัญหาใดขณะให้บริการ
2. **ด้านการให้การช่วยเหลือ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลืออย่างเท่าเทียมกันด้วยความเต็มใจ การให้ความสนใจต่อ

ลูกค้า การเอาใจใส่ต่อลูกค้า ความพร้อมในการให้บริการ ความต่อเนื่องในการให้บริการ ความอดทนในการให้บริการ ตลอดจนความขยันขันแข็งในการให้บริการ มีความเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้า มีความจริงใจในการให้บริการ การคอยอำนวยความสะดวก การช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และมีความพยายามในการช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ

3. **ด้านการสื่อสาร** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายเกี่ยวกับความสามารถในการสื่อสาร ได้แก่ การตอบคำถามถูกต้องตรงประเด็น การอธิบายได้อย่างชัดเจน การใช้ถ้อยคำในการอธิบายที่ง่ายต่อการเข้าใจ การพูดจาไพเราะน่าฟัง และการต้อนรับด้วยการกล่าวทักทายสวัสดีครับ/ค่ะ การกล่าวคำขอบคุณ

4. **ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายเกี่ยวกับการให้บริการที่มีความรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน และมีความตรงต่อเวลา

5. **ด้านข้อมูลในการให้บริการ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายเกี่ยวกับการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าด้วยข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ การให้คำแนะนำได้อย่างเกินความคาดหวัง มีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้า มีความมั่นใจเกี่ยวกับสินค้า รวมถึงความชำนาญในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีช่วยในการขาย

6. **ด้านความพร้อมของอุปกรณ์** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ช่วยการขาย การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่อลูกค้า การจัดเตรียมภายในร้านได้อย่างสวยงาม สะอาด และเป็นระเบียบดึงดูดต่อการอยากเข้าไปใช้บริการ

7. **ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายเกี่ยวกับความสุภาพอ่อนโยนในการให้บริการความอ่อนน้อมถ่อมตน การยิ้มแย้มแจ่มใส การแสดงสีหน้าท่าทางที่เหมาะสม ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนการแต่งกายของพนักงานขายมีความเรียบร้อย เหมาะสม และถูกกาลเทศะ

ผู้บริโภคหรือลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เข้ามาชม/เลือกซื้อหนังสือหรือสินค้าที่ร้านหนังสือร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย นักเรียน นักศึกษา และบุคคลในอาชีพต่างๆ ได้แก่ ราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และรับจ้างทั่วไป

พนักงานขาย หมายถึง พนักงานของบริษัท ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานเพื่อให้บริการในร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้แบ่งหัวข้อตามลำดับดังนี้

- 1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
 - 1.2 ความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของการบริการ
- 2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความพึงพอใจในการบริการ
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ
 - 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ
 - 2.4 การวัดความพึงพอใจในการบริการ
- 3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทั่วไปและคุณสมบัติของพนักงานขาย
 - 3.1 ลักษณะทั่วไปของพนักงานขายหรือการขายโดยบุคคล
 - 3.2 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบผลสำเร็จ
- 4 การให้บริการร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- 5 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยต่างประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยในประเทศ

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการจากผู้ศึกษา และแหล่งข้อมูลต่างๆ มีด้วยกันหลายแนวคิดผู้วิจัยขอยกตัวอย่างมาบางส่วนดังนี้

วารสารมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2533) ได้สรุปความหมายการบริการว่า "การบริการหมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่กิจการกำหนดขึ้น ใ้ควบคุมสนับสนุนการขายและการจัดจำหน่าย โดยมุ่งให้ผู้มารับบริการพอใจ เกิดอรรถประโยชน์ทางด้านเวลาและสถานที่ "

พจนานุกรมประมวลความรู้หนังสือโลก (ยุติธร เอี่ยมอร่าม. 2542 : 24 ; อ้างอิงจาก World Book Encyclopaedia Dictionary.1963) ให้คำจำกัดความของการบริการว่า “เป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยการให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น”

พรเทพ ปิยวัฒนาเมธา (2536 : 58) ให้คำจำกัดความ การให้บริการที่ดีคือ การให้ผู้รับบริการในสิ่งที่เขาต้องการ ในเวลาที่เขาต้องการ และในรูปแบบที่เขาต้องการ เพื่อให้เกิดความพอใจอย่างเต็มที่ ซึ่งกล่าวโดยสรุปแล้ว การให้บริการหมายถึง การให้สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ เพื่อบำบัดทั้งความต้องการและความจำเป็นพร้อม ๆ กัน

เฉลา การค้า (จีราภรณ์ สัตถาผล. 2543 : 18 ; อ้างอิงจาก เฉลา การค้า. 2540 : 151) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่สามารถมองเห็นได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ลักษณะของการบริการมี 4 ลักษณะคือ

1. บริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)
2. บริการที่ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability)
3. บริการจะมีลักษณะแตกต่างกันไปไม่คงที่ (Variability)
4. บริการมีลักษณะความต้องการที่สูญเสียได้ง่าย (Perishability)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการบริการสรุปได้ว่าการบริการ หมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆ ที่เกิดจากพนักงานผู้ให้บริการเพื่อสนองตอบได้ตรงความต้องการ และความคาดหวังของผู้รับบริการเพื่อบรรลุสู่ความพึงพอใจโดยบริการที่ได้รับอาจมาพร้อมกับสินค้าหรือไม่ก็ได้

1.2 ความสำคัญและลักษณะทั่วไปของการบริการ

แนวความคิดของการบริการจากแหล่งข้อมูล และนักวิชาการทั้งหลายได้ให้คำนิยามไว้มากมายผู้วิจัยยกมาพอสังเขปดังต่อไปนี้

เทพศักดิ์ บุญยรัตนพันธ์ (จีราภรณ์ สัตถาผล. 2543 : 18 ; อ้างอิงจาก เทพศักดิ์ บุญยรัตนพันธ์. 2536 : 8 – 9)ได้กล่าวถึง การบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาระบบการให้บริการว่าประกอบไปด้วย 2 ฝ่าย คือ ผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 15) การให้บริการที่ดี และมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการจึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้ การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้น ๆ

การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า การบริการอาจจะทำได้ในรูปแบบต่าง ๆ แบ่งได้ดังนี้คือ การต้อนรับ และการเอาใจใส่ การให้บริการทางโทรศัพท์ การให้บริการในร้านค้า หรือสำนักงาน การบริการภายหลังการขาย การบริการสำหรับพนักงานช่าง ทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อบริการในสำนักงาน

รัตน สวาสดิพันธ์ (2539 : 7) ได้กล่าวถึงงานบริการ ว่าเป็นงานทุกประเภทที่ดำเนินขึ้นมาแล้วไม่สามารถสัมผัสได้ ด้วยประสาททั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น สัมผัสได้ด้วย "ใจ" ซึ่งผลออกมาในลักษณะของความพึงพอใจ ความประทับใจ

ลักษณะทั่วไปของการบริการ (Service)

1. ให้ความสะดวก
2. ไม่สามารถที่จะจับต้องได้ด้วยประสาททั้ง 5 เหมือนสินค้า และไม่มีเปลี่ยนแปลงในตัวสินค้า
3. ใช้แรงงานเป็นหลัก
4. ผลผลิตออกมาในรูปของความพึงพอใจ ความประทับใจ หรือตรงกันข้ามกับความไม่พอใจ
5. บริโภคไม่ได้

พรพนมิล ก้านนก (2527 : 461) ได้แบ่ง การสร้างความประทับใจและซาบซึ้งแก่ผู้ซื้อสินค้าและบริการ ไว้ 3 ประการดังนี้

1. การเผชิญหน้ากัน การขายโดยบุคคลเป็นการติดต่อเกี่ยวพันระหว่างคนกับคน จึงมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกันสามารถปฏิบัติได้ทันทีทันควัน มีลักษณะการปฏิบัติการที่มีชีวิตชีวาให้ความเป็นจริงมากที่สุด ผู้ปฏิบัติงานสามารถสังเกต ความต้องการ เรียนรู้อุปนิสัย บุคลิกภาพ กิริยาอาการ ความชอบ ทัศนคติ ของลูกค้าเป็นราย ๆ ไป จึงสามารถปรับกระบวนการขายให้สอดคล้องกับโอกาสขายได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น
2. หว่านผลภายหลังการขาย โดยบุคคลก่อนให้เกิดความสัมพันธ์ และจะดำเนินกิจกรรมที่มุ่งเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้า มีการเอาอกเอาใจ โดยหวังว่าจะผลักดันให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อโดยหวังผลภายหลัง เพื่อสร้างความสำเร็จระยะยาว
3. ปฏิกริยาตอบรับการขาย โดยพนักงานขายทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกผูกพันที่จะต้องรับฟังคำพูดของพนักงานขาย แม้ว่าบางครั้งเขาไม่มีความตั้งใจที่จะซื้อเลย แต่พนักงานขายจะใช้ความสามารถในการหว่านล้อมทำให้ลูกค้ายอมรับฟัง รับรู้ ซึ่งเปิดโอกาสไปสู่ความสำเร็จของการขายมากขึ้น

จากความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของการบริการ พอจะสรุปได้ว่าการบริการเป็นงานมีลักษณะเฉพาะที่ จะต้องมีการสัมพันธ์กับผู้มารับบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการของพนักงานบริการ หรือพนักงานขายที่คอยให้บริการ ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ ทักษะ เทคนิค วิธีการที่จะสร้างความประทับใจ และซาบซึ้งใจ แก่ผู้ซื้อสินค้าและผู้มารับบริการ

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความพึงพอใจในบริการ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีผู้ให้ความหมายไว้หลายความหมายดังนี้

กู๊ด (เกลิมซัย ไวยชิตา. 2546 : 9 ; อ้างอิงจาก Good. 1973: 320) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงสภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่

วูม (ปนัดดา กาญจนพันธุ์. 2545 : 17 ; อ้างอิงจาก Vroom.. 1953: 328. Work and Motivation)กล่าวว่า ทัศนคติความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

วอลเลสเตน (จุฑามาศ สระศรี. 2543 :11 ; อ้างอิงจาก Wallerstein. 1971: 25-26) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End- State in Feeling) ที่ได้รับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และอธิบายว่าความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนแต่สามารถคาดคะเนได้ว่ามีหรือไม่มีจากการสังเกตพฤติกรรมของคนเท่านั้น การที่จะทำให้คนเกิดความไม่พึงพอใจจะต้องศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุแห่งความพึงพอใจนั้น

ทิฟฟินและแมคโคมิค (อดุลย์ หิริรักษ์เสาวณีย์.2542 : 31 ; อ้างอิงจาก Tiffin and Mc.Comic. 1965 : 394) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์ และแรงจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วอลแมน (เกลิมซัย ไวยชิตา.2546 : 9 ; อ้างอิงจาก Wolman. 1973 : 384) ให้ความหมายว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Want) หรือแรงจูงใจ (Motivations)

มอร์ส (สุวัฒนา ไบเจริญ.2540:13 ; Morse.1985:27) อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึงสภาวะที่จิตปราศจากความเครียด ทั้งนี้ เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้น

ได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (ปนัดดา กาญจนพันธุ์. 2545 : 17 ; อ้างอิงจาก ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. 2538 : 9) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจไว้ว่า ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุขที่สัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่า

หลุย จำปาเทศ (อดุลย์ หิริรักษ์เสาวณีย์. 2542:34 ; อ้างอิงจาก หลุย จำปาเทศ. 2533 : 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก

จากแนวคิดของความพึงพอใจทั้งหมดที่กล่าวมาพอสรุปความหมายได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและแรงจูงใจ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองต่อความต้องการ หรือบรรลุถึงความต้องการในระดับที่ตั้งไว้ และจะเห็นได้ว่า ทักษะคน ความพึงพอใจและความคิดเห็นนั้น จะมีส่วนใกล้เคียงกันมากจนจะเป็นเรื่องเดียวกัน เพราะผู้ที่มีทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็จะมี ความพึงพอใจต่อสิ่งนั้นด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการตามแนวความคิดของนักวิชาการหลายท่านดังนี้

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (จินตนา สัมปชชิต.2546:12 ; อ้างอิงจาก จิตตินันท์ เตชะคุปต์. 2539 :19-20) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้บริโภคไว้ว่า ภาวะการแสดงถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (กัลยาณี ตปนียากร. 2543 : 11 ; อ้างอิงจาก สุริยะ วิริยะสวัสดิ์.2530:42) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลังจากได้รับบริการของหน่วยงานรัฐในการศึกษาของเขาว่า หมายถึงระดับผลที่ได้จากการพบปะสอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่หรือไม่ ส่งผลที่ดีและสร้างความภูมิใจเพียงใด

วิชาญ ฤทธิรงค์ (อดุลย์ หิริรักษ์เสาวณีย์. 2542 : 33 ; อ้างอิงจาก วิชาญ ฤทธิรงค์. 2528 : 33) ได้ชี้แนะว่าการให้บริการ และการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ และประทับใจ อยากที่จะมาใช้บริการอีก ควรดำเนินการ ดังนี้

1. พนักงานต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย
2. ต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน

3. พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่ บริการด้วยความรวดเร็ว มีความกระตือรือร้น
4. ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่างๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม
5. การให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ
6. สถานที่ทำการ ต้องดูแลให้สะอาด มีการจัดที่พักรอคอยสำหรับลูกค้า
7. หมั่นออกเยี่ยมเยียนลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
8. สร้างสื่อสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อกัน ชนิดปากต่อปาก ซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลดีที่สุด
9. การพัฒนาระบบงานโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามา
10. ให้คำแนะนำด้านวิชาการ และการตลาดแก่ลูกค้า

มณีวรรณ ตันไทย (2533 : 66-69) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่า เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่างๆ ดังนี้คือ

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

วัลลภา ขายหาด (2532:65) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะว่า หมายถึง ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับการบริการในลักษณะของ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา
3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า

จอห์น ดี มิลเลตต์ (เทพศักดิ์ บุญรัตพันธ์. 2536 : 11 ; อ้างอิงจาก จอห์น ดี มิลเลตต์. 1954) ได้กล่าวว่า เป้าหมายของการให้บริการสาธารณะ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยเขาเห็นว่าเป้าหมายนี้เป็นค่านิยมแรกของผู้ปฏิบัติงานจะต้องยึดถือไว้อยู่เสมอ พร้อมๆ กันไปกับจะต้องยึดหลักการของการให้บริการสาธารณะอีก 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) คือไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน
2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) คือในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลยถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือการให้บริการสาธารณะ ต้องมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการที่เหมาะสม

ไซมอน (จิราภรณ์ สัตถาผล.2543 : 15 ; อ้างอิงจาก Simon. 1980 : 180) ได้กล่าวว่าประสิทธิภาพในการบริหารงานราชการนั้นสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ ส่วนการบริการที่ประสบความสำเร็จ จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่างๆ เหล่านี้ได้ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ (Consistency)
 - 1.2 ความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย
 - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
 - 3.2 สามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้ หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมาย ซับซ้อนเกินไป
 - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
 - 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ
 - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย
 - 8.1 ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (Understanding)
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
 - 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ
10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility)
 - 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
 - 10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
 - 10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

จากที่กล่าวมาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ สรุปได้ว่าความพึงพอใจในการบริการ จะเกิดจากการปฏิบัติงานจากผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพได้แก่ ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความตรงต่อเวลาทั้งนี้เพื่อมุ่งให้เกิดความพึงพอใจภายหลังจากผู้รับบริการได้รับบริการนั้น ๆ แล้ว

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

ทฤษฎีความพึงพอใจ มีผู้คิดค้นไว้หลายทฤษฎี ผู้วิจัยขอยกมาเพียงบางทฤษฎีดังนี้

ดาร์รงค์ดี ชัยสนธิ และคณะ (สมาภรณ์ กลิ่นเจิม.2544:13; อ้างอิงจาก ดาร์รงค์ดี ชัยสนธิ และคณะ.2527:14-15) ที่กล่าวถึงทฤษฎีแห่งความต้องการและความพึงพอใจในแนวคิดว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด จากภาพสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อคนเราต้องการอยากได้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Need and Want) ย่อมเกิดพฤติกรรม (Behavior) ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เช่น สะสมเงินเดือนไว้ หรือไปดู หรือไปสอบถามสินค้าที่ต้องการบ่อยครั้ง ในที่สุดเมื่อสะสมเงินครบจำนวนตามราคาสินค้าแล้ว ผสมกับความต้องการและอยากได้ก็จะแสดงออกมาในรูปของการกระทำ (Action) คือ ตัดสินใจซื้อ เมื่อตัดสินใจซื้อแล้ว จะเกิดความพึงพอใจ และจะมีจุดหนึ่งจะเกิดความพึงพอใจสูงสุด ความพึงพอใจนี้จะค่อยลดน้อยถอยลงเป็นลำดับ จนกระทั่งเหลือน้อยมาก หรือหมดไปในที่สุด จนกระทั่งเกิดความต้องการหรืออยากได้สิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้น ความต้องการคนเรานั้นเป็นเช่นนั้นตลอดไปตราบใดที่คนเรายังต้องการอยู่ จากเหตุผลดังกล่าว ธุรกิจจึงมีการพัฒนา เปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา เท่ากับเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้าชนิดใหม่อยู่เสมอ

เชลลีย์ (Shelly. 1975 : 252-268) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบซึ่งความรู้สึกของมนุษย์จะตกอยู่ในกลุ่มความรู้สึกสองแบบนี้ ความรู้สึกในทางบวกคือ ความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข

ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ คือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุข สามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้ จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่าง ๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมาได้อีก

ทฤษฎีแสวงหาความพึงพอใจ (อดุลย์ หิริวัชเสาวณีย์. 2542 : 32 ; อ้างอิงจาก ศิริโสภาคย์ บุรพาเดช. 2518 : 156-157) ทฤษฎีนี้กล่าวว่าบุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้ความสุข และจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก อาจแบ่งประเภทความพึงพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1.ความพึงพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) เป็นทัศนะของความพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติแล้วต้องแสวงหาความสุขส่วนตัว

2.ความพึงพอใจเกี่ยวกับตัวเอง (Egoistic Hedonism) เป็นทัศนะของความพึงพอใจว่ามนุษย์จะแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่า การแสวงหาความสุขจะต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3.ความพึงพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism) ทัศนะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุข เพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษยหรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และจะเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์นี้ผู้หนึ่งด้วย

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนทฤษฎีนี้กล่าวว่า คนถูกจูงใจให้กระทำเรื่องมาจากการกระทำนั้นจะทำให้คนได้รับความพอใจ อารมณ์จึงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม

ฮิลการ์ด และคณะ (Hillgard ,et al. 1977 : 304 – 305) กล่าวว่า สิ่งจูงใจ (Incentive) ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจเป็นสิ่งจูงใจทางบวก (Positive Incentive) ซึ่งได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมทางวัตถุที่จะสร้างความพึงพอใจตามเงื่อนไขของความต้องการ เช่น อาหาร เป็นสิ่งจูงใจที่สร้างความพึงพอใจต่อแรงขับ (Drives) เกี่ยวกับความหิวน้ำเป็นสิ่งจูงใจที่สร้างความพึงพอใจต่อแรงขับเกี่ยวกับความกระหาย อย่างไรก็ตามบางครั้งสิ่งจูงใจทางบวกก็ไม่ได้สร้างความพอใจต่อความต้องการทางกายภาพ แต่อาจจะเกิดจากเหตุผลเฉพาะตัวของบุคคล เช่น รสหวาน อาจเป็นความพึงพอใจของแต่ละบุคคล แม้ว่า จะไม่ได้ให้คุณค่าทางอาหาร

2.4 การวัดความพึงพอใจในการบริการ

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่มันจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติ

ต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดความพึงพอใจต่อการบริการอาจจะกระทำได้หลายวิธี (อดุลย์ หรือ รัชเสาวณีย์.2542 : 35 ; อ้างอิงจาก สาโรช ไสยสมบัติ. 2534 :39) ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่นิยมใช้กันแพร่หลายวิธีหนึ่งโดยการขอรับรองหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้ เลือกตอบ หรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานกำลังบริการอยู่ เช่น ลักษณะการให้บริการ สถานที่บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งในการที่จะได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะตั้งใจให้ผู้สัมภาษณ์ตอบคำถามโดยตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนการมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทั่วไปและคุณสมบัติของพนักงานขาย

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงลักษณะทั่วไปของพนักงานขาย หรือการขายโดยบุคคลที่รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ลักษณะทั่วไปของพนักงานขาย หรือการขายโดยบุคคล

พนักงานขาย คือ ตัวแทนของบริษัทผู้ผลิต หรือบริษัทผู้ขายที่จะนำสินค้าและบริการไปขายให้แก่ผู้บริโภคและผู้สนใจอื่น ๆ ทั่วไป เขาอาจขายอยู่ที่ร้านหรือที่สำนักงานขาย เขาอาจไปเยี่ยมเยียนขายถึงบ้านหรือสำนักงานของผู้ซื้อ (ยุติธร เอี่ยมอร่าม.2542 : 36; อ้างอิงจาก สำอางค์ งามวิศา.2525 :103)

จำแนกประเภทงานขายโดยบุคคล การขายโดยบุคคลที่นำมาใช้ในการตลาดโดยทั่วไป จำแนกออกเป็น 3 ระดับด้วยกันคือ

1. การขายเพื่ออุตสาหกรรม หมายถึง การขายที่มุ่งไปยังผู้ซื้อที่เป็นอุตสาหกรรมผู้ผลิตซึ่งนำสินค้าไปใช้ในกระบวนการผลิตใช้เพื่อเป็นอุปกรณ์ในโรงงาน ในสำนักงาน ใช้เพื่อก่อให้เกิดการบริการ หรือเพื่อสนับสนุนการทำงานในกิจการนั้น

2. การขายส่ง (Whosale Selling) เป็นการขายซึ่งมุ่งสู่คนกลางที่ซื้อสินค้านั้นเพื่อจำหน่ายต่อโดยหวังผลกำไรจากการขาย

3. การขายปลีก (Retail Selling) คือ การจำหน่ายสินค้าถึงมือผู้ซื้อรายสุดท้าย เพื่อนำสินค้าไปอุปโภคโดยมิได้นำไปผลิตต่อ หรือจำหน่ายต่อ

กรมแรงงานของสหรัฐอเมริกา ได้แบ่งชั้นของพนักงานขายไว้ 3 ระดับด้วยกัน คือ

3.2.1 เสมียนขาย (Sales Clerk) เป็นระดับต่ำสุด ทำงานง่าย เพียงแต่รับเงิน เขียนใบเสร็จ ไม่ต้องช่วยแก้ปัญหาของลูกค้า

3.2.2 เจ้าหน้าที่ขาย (Sales Person) เป็นระดับที่สูงขึ้นมาหน่อย จะช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับการซื้อสินค้าให้ลูกค้าด้วย โดยการให้ข้อมูล และแนะนำต่าง ๆ

3.2.3 พนักงานขาย (Salesman) เป็นพนักงานขายในระดับสูง ช่วยแก้ปัญหาในการซื้อเช่นเดียวกันกับเจ้าหน้าที่ขาย (Sales Person) แต่จะมีหน้าที่ในการเสาะแสวงหาลูกค้าเพิ่มอีกด้วย แทนที่จะคอยบริการเฉพาะแต่ในร้านเท่านั้น (สุมนา อญุโพธิ์. 2537 : 189)

นักขายปลีกจำแนกออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. นักขายปลีกหน้าร้าน (Store Salesman) จะอยู่ประจำที่ในร้านค้า หรือเคาท์เตอร์ที่จำหน่าย

2. นักขายตามบ้าน (Door to Door Salesman) จะออกขายสินค้าตามบ้านลูกค้าโดยไม่เจาะจงว่าเป็นใครตระเวนอยู่ทั่วทุกท้องถิ่นในอาณาเขตที่ได้รับมอบหมาย

3. นักขายบาทวิถี (Route Salesman) กิจกรรมการขายคือการขาย และส่งมอบสินค้าโดยใช้ยานพาหนะเดินทางไปตามเส้นทางที่กำหนดไว้จัดนำส่งสินค้าไปส่งยังที่อยู่ของลูกค้า และหาลูกค้าเพิ่ม

4. นักขายพิเศษ (Speciality Salesman) จัดเป็นนักขายปลีกที่จำหน่ายสินค้าโดยเดินทางไปพบลูกค้าที่อยู่อาศัย ที่ทำงาน สถานที่ชุมนุม (พรรณพิมล ก้านนก. 2527 : 457 - 514)

ดังนั้น สรุปได้ว่า พนักงานขายคือผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทผู้ผลิตในการจำหน่ายสินค้า และให้การบริการแก่ผู้บริโภค อีกทั้งยังมีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา ให้ข้อมูล และแนะนำต่าง ๆ ให้กับผู้บริโภคด้วย

3.2 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบผลสำเร็จ

ไฮส์ (รจนา ปราณช่วย. 2544: 12-13; อ้างอิงจาก Hise. 1980) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติสำหรับการประสบความสำเร็จในอาชีพการขายนั้นประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ คือ

1. การศึกษา ปัจจุบันพบว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จส่วนมากจะมีความรู้ในระดับวิทยาลัย ซึ่งส่วนมากจะเป็นหลักสูตร 2 ปี หรือ 4 ปี แต่ยังเป็นเรื่องที่ไม่ยืนยัน แต่เรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพการขายมากกว่า คือ สาขาวิชาเอกที่เรียน ซึ่งพบว่า พนักงานขายที่สำเร็จการศึกษา

สาขาที่เกี่ยวข้องกับการขาย หรือการตลาดจะเหมาะสมกับอาชีพการขายมากกว่า เพราะมีพื้นฐานในด้านเทคนิคที่จำเป็นในการขาย

2. คุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า พนักงานขายที่มีประสิทธิภาพจะเป็นคนที่มีการสื่อสารที่ดี จริใจ และมีกิริยาที่สามารถเชื่อถือได้ จะต้องมีความกระตือรือร้น มีความเชื่อมั่น และมีการแต่งกายที่เหมาะสม ซึ่งพนักงานที่แต่งงานแล้ว จะมีแนวโน้มที่ทำได้ดีกว่าคนโสด

3. บุคลิกภาพ เชื่อว่าปัจจัยทางบุคลิกภาพมีความจำเป็นต่อความสำเร็จในการขาย ซึ่งพบว่าพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมักมีแนวโน้มของบุคลิกภาพเป็นแบบ ชอบกังวล มีความรู้สึกไว ต่อบุคคลอื่น มีความรู้สึกไวต่อความต้องการของบุคคลอื่น ไม่ชอบการเสี่ยง มีความมั่นคง มีจินตนาการและมีความปรารถนาความเจริญก้าวหน้า

4. นิสัยและประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งพบว่าพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมักมีนิสัยการทำงานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว มีความสามารถในการสรุป และสาธิต การใช้สินค้าหรือค่านิยมการซื้อสินค้า และพนักงานที่มีประสิทธิภาพมักผ่านประสบการณ์ในการทำงานมาแล้ว

กวี วงศ์พัฒน์ (2540 : 71-74) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติภายในต่าง ๆ ที่พนักงานขายควรมี ต้องประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมิตร
2. ความกระตือรือร้น
3. ความจริงใจ
4. ไหวพริบ
5. ความมีอัธยาศัยไมตรี
6. ความร่าเริง

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2521 : 7 – 10) กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพขายที่จำเป็น (Sheaf Model) ไว้ 5 ประการคือ

- S – Sincerity ความจริงใจ
- H – Helpfulness ความพร้อมที่จะช่วยเหลือลูกค้า
- E – Enthusiasm ความกระตือรือร้น
- A – Attentiveness ความตั้งใจฟังลูกค้าพูด
- F – Friendliness ความมีไมตรีจิต

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2521 : 43 – 46) กล่าวว่าพนักงานขายควรมีบุคลิกภาพดังนี้

1. ความกระตือรือร้น
2. ความซื่อสัตย์

3. ความสุภาพ
4. ความร่าเริง และความร่วมมือ
5. ความแนบเนียน
6. ความสนใจอย่างแท้จริงต่อลูกค้า
7. ความยับยั้งชั่งใจ
8. ความรู้สึกชอบพอของบุคคลอื่นอย่างแท้จริง
9. จิตนาการ

สมชาติ กิจยรรยง (กังวาน บุญเลิศฟ้า.2540:30-32;อ้างอิงจาก สมชาติ กิจยรรยง. 2536 : 74 – 75) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของลูกค้า ขึ้นอยู่กับพนักงานขายในร้าน ลูกค้าคาดหวังที่จะซื้อสินค้าจากพนักงานขายที่มีทำที่บุคลิกภาพดี ให้ความช่วยเหลือ และบริการที่ดี พนักงานจึงต้องมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ผู้ซื้อ
2. ช่วยเหลือลูกค้า เมื่อสินค้าตัวนั้นต้องการการบริการ
3. แก้ไขข้อขัดข้อง และความไม่พึงพอใจของลูกค้า
4. ช่วยแนะนำและแก้ปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้สินค้านั้น
5. ช่วยบอกทิศทางให้แก่ลูกค้าภายในร้าน

สำหรับคุณสมบัติทั่วไปของพนักงานขายที่ดี ได้จัดแบ่งไว้ 10 ประการดังนี้

1. บุคลิกภาพดี
2. มีความรอบรู้
3. ร่าเริง แจ่มใส
4. อุดมคติ ควบคุมอารมณ์
5. ละเอียดยรอบคอบ ซื่อสัตย์
6. กระตือรือร้น ขยันขันแข็ง
7. รู้จักกาลเทศะ
8. ความจำดี เสมอต้นเสมอปลาย
9. ทักษะคดีดี
10. มีความคิดริเริ่ม และชวนขาย

บุปผา ไร่รักษา (2537 : 58 – 59) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักขายที่พึงปรารถนา คุณสมบัติของนักขายที่ธุรกิจต้องการ มีลักษณะดังนี้

1. มีความขยันหมั่นเพียร อุตสาหในการทำงาน มีความทะเยอทะยานต่อความก้าวหน้า

2. ต้องเป็นบุคคลที่ตรงต่อเวลา
3. มีความรักในการขายและเชื่อมั่นในสินค้าที่ตนขายอยู่
4. มีความซื่อสัตย์สุจริต
5. มีบุคลิกภาพดี
6. มีความรับผิดชอบในการทำงาน และมีประวัติการทำงานดี
7. มีความประพฤติเรียบร้อย และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
8. มีความรู้ความสามารถ มีความคิดริเริ่มค้นหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ
9. มีไหวพริบดี เฉลียวฉลาด และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

สมศิริ แทนปั่น (2538 : 5 – 7) กล่าวถึงคุณสมบัติของนักขายไว้ 8 ประการ คือ

1. มีความรักในอาชีพขาย ภาคภูมิใจในอาชีพของตน
2. มีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์คน
3. มีความซื่อสัตย์
4. มีความคิดริเริ่ม
5. มีความกระตือรือร้น
6. มีความเชื่อมั่นในตนเอง
7. มีความชอบที่จะติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ
8. มีความรับผิดชอบ

นอกจากนั้น สมศิริ แทนปั่น (2538 : 9) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการไว้ 10 ประการ คือ

1. มีความรู้ความสามารถที่จะทำงานภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี
2. มีความมั่นใจตนเอง
3. มีความซื่อสัตย์
4. มีความรับผิดชอบในการทำงาน
5. มีความพร้อมในอาชีพขาย มีไหวพริบดี
6. มีความทะเยอทะยาน
7. เข้ากับคนอื่นได้ดี
8. มีมนุษยสัมพันธ์
9. มีความอดทน อดกลั้น
10. พร้อมรับคำวิจารณ์ด้วยความยินดี

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2532 : 73 – 74) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่จำเป็นของผู้ประกอบอาชีพขายหรือพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพ ดังนี้

1. มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉงว่องไว
2. มีมนุษยสัมพันธ์ดี
3. มีวาทะศิลป์ดี
4. มีความจริงใจซื่อสัตย์
5. มีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ
6. มีบุคลิกภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ
7. เป็นผู้ใฝ่หาความรู้
8. มีความเชื่อมั่นในอาชีพขาย
9. มีความอดทน

สมภพ เจริญกุล (2543 : 23 – 24) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของนักขาย จะต้องประกอบด้วย

1. มีความสามารถเข้ากับคนอื่น
2. ความเป็นมิตร
3. มีความอดทน อดกลั้น มองโลกในแง่ดี
4. มีความคิดสร้างสรรค์
5. มีความจำดี
6. มีไหวพริบดี

ประสาน หอมพุต (2540 : 116) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานขายที่เป็นกุญแจทำให้คนชอบ ให้ลูกค้านิยมพนักงานขายไว้ ดังนี้

1. การคุมสติ
2. การคุมตัวเอง
3. มีจินตนาการ
4. มีความอดทน
5. มีจิตวิทยา
6. มีบุคลิกภาพน่าประทับใจ
7. ยิ้มแย้มแจ่มใส
8. เจตคติที่ดี (เชื่อมั่น)
9. ความจงรักภักดี
10. รอบรู้
11. ความจริงใจ

สุชิน นะตาปา (2540 : 42 – 44) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่จำเป็นของผู้ประกอบอาชีพขาย ประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1.คุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะพนักงานขาย กำหนดไว้ดังนี้

- 1.1 มีเจตคติที่ดีในอาชีพ มีความเชื่อมั่นในอาชีพขายว่าจะสามารถสร้างความสำเร็จให้แก่ตนได้ มีความซื่อสัตย์สุจริต
- 1.2 มีความรู้เกี่ยวกับลูกค้า
- 1.3 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชอบติดต่อกับบุคคลทั่วไป
- 1.4 มีความอดทน มีความพยายามในการทำงาน ไม่ย่อท้อต่อความเหนื่อยยาก ฝ่าฝืนอุปสรรคเพื่อความสำเร็จ
- 1.5 มีความรู้เกี่ยวกับสภาพตลาด และสภาวะทางเศรษฐกิจ
- 1.6 มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เสนอขายเป็นอย่างดี
- 1.7 มีความรู้เกี่ยวกับกิจการ
- 1.8 มีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง
- 1.9 มีสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์ แต่งกายสุภาพ

2.คุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะผู้บริหารงานขายดังนี้

- 2.1 มีบุคลิกภาพดี สุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ สะอาด
- 2.2 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชอบติดต่อกับบุคคลทั่วไป
- 2.3 มีความเชี่ยวชาญในการขาย
- 2.4 มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับสินค้าทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ
- 2.5 มีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการที่ตนเองเสนอขาย
- 2.6 มีความขยันหมั่นเพียร และความอดทนในการทำงาน มีความทะเยอทะยานในความก้าวหน้า

สุชิน นະตาปา (2540 : 44 – 45) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานขาย ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพขาย ดังนี้

1. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
2. มีความสุภาพอ่อนน้อม และรู้จักรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
3. มีเจตคติที่ดีต่องานอาชีพ ต่อกิจการ พร้อมทั้งจะให้บริการและแก้ปัญหา
4. มีความขยัน อดทน และมีความซื่อสัตย์
5. มีปฏิภาณไหวพริบดี

ธวัชชัย จินดาพาณิชย์ (2532 : 34 – 36) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่จำเป็นของผู้ประกอบอาชีพขาย ไว้ดังนี้

1. มีความอดทน

2. มีมนุษยสัมพันธ์
3. มีความรอบรู้ในงานปฏิบัติ
4. มีความรับผิดชอบ
5. มีความคิดริเริ่ม
6. มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน
7. มีความจงรักภักดีและซื่อสัตย์สุจริต
8. มีความเสียสละ

ณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล (2540 : 104) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 126 คน เกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขายที่ลูกค้าพอใจ ปรากฏผลที่แสดงให้เห็นคุณลักษณะที่สำคัญเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. มีความอดทน
2. สุภาพอ่อนโยน
3. มีความจริงใจ
4. มีทัศนคติเป็นกันเอง
5. มีน้ำใจชอบช่วยเหลือ
6. มีความรอบรู้
7. ไม่ทำอะไรชักช้า
8. แต่งตัวประณีตเรียบร้อยสวยงาม
9. พูดจาฉะฉานชัดถ้อยชัดคำ

ดาร์สลี อูทยานานนท์ (2536 : 58 – 67) ได้กล่าวถึงลักษณะนิสัยของพนักงานขายในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. ลักษณะนิสัยของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการ ดังนี้
 - 1.1 ความสุภาพ (Courtesy)
 - 1.2 ความร่าเริง และความร่วมมือ (Cheerfulness and Cooperation)
 - 1.3 ความแนบเนียน (Tact)
 - 1.4 การควบคุมอารมณ์ (Poise)
 - 1.5 ความซื่อสัตย์ (Honesty)
 - 1.6 การชอบคบหาสมาคม (Liking of People)
2. ลักษณะนิสัยของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ ดังนี้
 - 1.1 มีความตื่นตัว (Alertness)
 - 1.2 มีจินตนาการ (Imagination)

1.3 มีความจำดี (Memory)

สมบุรณ์ ชันธิโชติ (2540 : 139 – 142) กล่าวถึงบุคลิกภาพของพนักงานขายควรมีลักษณะ
ดังนี้

1. ความกระตือรือร้น (Enthusiasm)
2. ความจริงใจ (Sincerity)
3. ความแนบเนียน (Tact)
4. ความสุภาพ (Courtesy)
5. ความร่าเริง (Cheerfulness)
6. รักและสนใจคนอื่น (Liking for and Interest in People)
7. ความซื่อสัตย์ (Honesty)
8. ความยับยั้งชั่งใจ (Poise)

จุฑามาศ กิจเจริญ (2538 : 107 – 108) ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญที่ผู้บริหารงานขายต้อง
พิจารณาคัดเลือกพนักงานขาย ดังนี้

1. มีบุคลิกภาพดี
2. สุขภาพดี
3. การพูดการจาดี
4. มีความกระตือรือร้น ใฝ่ศึกษา
5. มีมนุษยสัมพันธ์
6. มีประสบการณ์ในอดีต
7. มีทัศนคติที่ดีต่องานขาย
8. มีความซื่อสัตย์
9. มีความสามารถในการขายตนเอง

ที่กล่าวมานี้ ล้วนแล้วแต่เป็นคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับบุคคลซึ่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับการ
ให้บริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการขาย ดังจะสรุปได้ว่าผู้ที่จะเป็นพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จ
ในอาชีพขายได้นั้นต้องเป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพดี สุภาพอ่อนโยนพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ และ
มีความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบและเกิดการพัฒนาเป็นทักษะจากการเรียนรู้
ประสบการณ์ มีความสามารถในการควบคุมตนเองได้ รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานด้านงานขาย

4. การให้บริการของร้านหนังสือซีอีดีบุ๊คเซ็นเตอร์ บริษัท ซีอีดียูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

การให้บริการของร้านหนังสือซีอีดีบุ๊คเซ็นเตอร์ทั้งหมด 120 กว่าสาขาทั่วประเทศ แบ่งการให้บริการออกเป็น 3 ด้านดังนี้ (ข้อมูลจากแผนกซีอีดีบุ๊คเซ็นเตอร์ บริษัท ซีอีดียูเคชั่น จำกัด(มหาชน))

1. ด้านบุคลากร ซึ่งเป็นพนักงานที่คอยให้บริการภายในร้าน ได้แก่ ความสุภาพอ่อนโยนในการให้การต้อนรับ การให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก รวมถึงการให้ความรู้และคำแนะนำกับลูกค้า เกี่ยวกับการเลือกซื้อหนังสือเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการอีก

2. ด้านการบริการที่เกี่ยวกับสินค้าภายในร้าน ได้แก่

2.1 ด้านการให้บริการหลัก การให้บริการหลักเป็นการให้บริการที่เกี่ยวกับการเลือกซื้อหนังสือ วารสาร นิตยสาร สิ่งพิมพ์ เทป ซีดี รวมถึงการรับส่งหนังสือต่างประเทศ

2.2 ด้านการให้บริการเสริม เป็นการให้บริการที่นอกเหนือจากการให้บริการหลัก ได้แก่ การหุ้มปกพลาสติก การจัดหนังสือเป็นของขวัญในเทศกาลสำคัญ การจัดกระเช้าหนังสือ การจำหน่ายบัตรเติมเงินโทรศัพท์มือถือ การรับจ่ายค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และค่าโทรศัพท์) ตลอดจนการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ การทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด

3. ด้านสิ่งแวดล้อมภายในร้าน ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านที่มีรูปแบบเป็นมาตรฐาน สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยต่อการเลือกหาหนังสือ และดึงดูดให้เกิดความรู้สึกลอยลางเข้ามาใช้บริการ

5. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยต่างประเทศ

ไวทซ์ (ยุติธร เอี่ยมอร่าม.2542 : 50 ; อ้างอิงจากไวทซ์ และคณะ.1986:82) ได้ศึกษาเรื่องความรู้ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการปรับตัวที่มีต่อประสิทธิภาพในการพัฒนาการขายในพนักงานขายพบว่า ปัจจัยในเรื่องความรู้เป็นคุณลักษณะสำคัญของบุคคลที่มีผลต่อความสามารถในการพัฒนาประสิทธิภาพในการขายได้มากที่สุด

ชูเจน และเบทแมน (1988 : 81-86) ได้ทำการศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างโครงสร้างความรู้ระหว่างพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพมากกับพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพน้อย โดยใช้การศึกษาแบบภาคตัดขวาง (Cross-Selectional Study) และการศึกษาแบบระยะยาว (Longitudinal Study) พบว่า พนักงานขายที่มีประสิทธิภาพมากจะมีโครงสร้างความรู้เกี่ยวกับลูกค้าในเรื่องลักษณะของลูกค้าและกลยุทธ์ในการขายมากกว่าพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพน้อย

เยล (1990:4203) (รุ่งทิพย์ เสลานอก.2543 : 28 ; อ้างอิงจากเยล.1990:4203)ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพของพนักงานขายและผลปฏิบัติงาน รวมทั้งตัวแปรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานขาย ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ บทบาท ความถนัดในการขาย และเพศ พบว่าบุคลิกภาพเป็น

ส่วนทำนายที่ดี ซึ่งความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลปฏิบัติงาน บุคลิกภาพประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสามารถในการขาย และความสามารถในการจัดการ ซึ่งความสามารถในการจัดการนี้ มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับผลปฏิบัติงาน

5.2 งานวิจัยในประเทศ

สุวัฒนา ใบเจริญ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคค่า) ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าของธนาคารออมสินสาขาขอนแก่น (ภาคค่า) มีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อการให้บริการในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการและด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อการให้บริการด้านสถานที่ประกอบการ และลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อการให้บริการด้านสถานที่ประกอบการ และลูกค้าที่มีอาชีพและอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขายและอาชีพอื่นๆ ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่อายุ 16 ปีขึ้นไป

รุ่งทิพย์ เสลานอก (2543 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขาย บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ : ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท ซี.พี.เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) พบว่าการที่จะปรับปรุงพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายให้ดีขึ้นและให้พนักงานมีความผูกพันต่อหน่วยงานมากยิ่งขึ้น ประเด็นสำคัญที่สุดอยู่ที่รายได้ (ให้ค่าจ้างสูง) เป็นสิ่งสำคัญ ฉะนั้นผู้บริหารอาจพิจารณาการเลือกระหว่างให้ค่าจ้างต่ำกับการเปลี่ยนพนักงานบ่อยๆ หรือให้ค่าจ้างสูงกับไม่ต้องเปลี่ยนพนักงานบ่อย นอกจากนั้นพนักงานขายมีทัศนคติที่ดีต่องานนั้น อาจทำได้โดยการส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในงาน ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้า แนวทางการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความก้าวหน้าในอนาคต จะช่วยให้พนักงานเกิดความรู้สึกมั่นคงในงาน รักงานที่ทำ เป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่องานและต่อองค์การด้วย ซึ่งส่งผลต่อการมีอายุงานที่นานยิ่งขึ้นและยังลดค่าใช้จ่ายในการจ้างฝึกอบรมพนักงานใหม่ และลดความสูญเสียในการปฏิบัติงานของพนักงานใหม่

สมภารณ์ กลิ่นเจิม (2544:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) พบว่า พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายในแต่ละแห่งไม่มีความแตกต่างกัน ความพึงพอใจของลูกค้าทั้งความพึงพอใจในการแะเคาน์เตอร์และความพึงพอใจในการซื้อสินค้าไม่มีความแตกต่างกัน พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการแะเคาน์เตอร์ ทั้งนี้เมื่อควบคุมตัวสินค้าพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อสินค้า ทั้งนี้เมื่อควบคุมสินค้า

สิริลักษณ์ พงศ์นาวิน (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาและการพัฒนามุคสิกภาพของพนักงานขาย บริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า การศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขายบุคลิกภาพของพนักงานขายโดยรวม ที่หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเอง คือ อยู่ในเกณฑ์ดี และเมื่อพิจารณาบุคลิกภาพเป็นรายด้าน หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเอง ในด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการให้บริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ลูกค้า และด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า อยู่ในเกณฑ์ดี ยกเว้นบุคลิกภาพด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

เฉลิมชัย ไวยชิตา (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายของบริษัท กรุงไทยการไฟฟ้า จำกัด ในกรุงเทพมหานคร ใน 5 ด้าน คือด้านบุคลิกภาพ ด้านการเตรียมการขาย ด้านการเสนอขาย ด้านการปิดการขาย และด้านการบริการ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก ลูกค้าที่มี เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายโดยรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อพนักงานขายในด้านการเสนอขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขายทั้งจากต่างประเทศและในประเทศจะเห็นได้ว่า ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การให้บริการของพนักงานขายที่ทำให้ผู้บริโภค หรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้นั้น เป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับสองฝ่ายคือ ผู้ให้บริการ (Providers) และอีกฝ่ายหนึ่งคือ ผู้รับบริการ (Recipients) โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานขายหรือพนักงานที่ทำหน้าที่ให้บริการนั้น จำเป็นต้องมีคุณสมบัติของพนักงานขายที่ดี มีความรับผิดชอบต่อการให้บริการ มีความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้า มีบุคลิกภาพที่ดีในการบริการ มีความรอบรู้ มีความเข้าใจในลักษณะงานบริการ และมีการพัฒนางานบริการจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ในการให้บริการ สิ่งสำคัญนอกจากที่กล่าวมาคือต้องเป็นผู้ที่มีใจรักในงานบริการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร นี่เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นผู้บริโภค/ลูกค้า ที่เข้ามาใช้บริการร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาจัสโก้รัชดาฯ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และสาขาอาคารเดอะเนชั่นบางนา ช่วงเดือนมีนาคม 2546 ถึง เดือนพฤษภาคม 2546

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค/ลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อหนังสือหรือสินค้าในร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาจัสโก้รัชดาฯ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และสาขาอาคารเดอะเนชั่น ช่วงเดือนมีนาคม 2546 ถึง เดือนพฤษภาคม 2546 จำนวนสาขาละ 100 คน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 300 คน ที่ได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Samping) (พงษ์รัตน์ ทวีรัตน์. 2538)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

2.1 วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า มีดังนี้

แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยมีวิธีดำเนินการสร้างตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย
2. สร้างแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายโดยศึกษาตัวอย่างของแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย

3. สร้างแบบสอบถามตามนิยามศัพท์เฉพาะของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายดังนี้

3.1 ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นแบบข้อความที่ผู้ตอบพบเห็นและประสบได้ในความเป็นจริง ด้วยตนเอง และมีคำตอบให้เลือก เป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

3.2 สร้างคำถามให้ครอบคลุมความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายทั้ง 7 ด้าน รวม 51 ข้อ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพิณิจ (Face Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านคือ ผศ.ดร.นันทา สุรักษา และ ดร.พาสนา จุฬรัตน์ พิจารณาตรวจสอบแบบสอบถามในแต่ละข้อว่า วัดได้ ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ และเป็นข้อคำถามที่ชัดเจน

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงและคัดเลือกแล้ว ไปทดลอง (Try-out) กับผู้บริโภค/ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำผลไปวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกและนำผลที่ได้รับ ไปวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที่ t-test (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541: 90) 25 % ของกลุ่มสูง และ 25 % ของกลุ่มต่ำ แล้วเลือกข้อที่มี ค่าอำนาจจำแนกสูง หรือข้อที่มีค่าที่ ที่มีค่าตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป ได้คำถามจำนวน 35 ข้อ คือ

1. ด้านความน่าเชื่อถือ	จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อ 4 8 และ 27
2. ด้านการให้การช่วยเหลือ	จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 10 12 14 15 17 25 28 30 32 และ 33
3. ด้านการสื่อสาร	จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อ 19 20 24 และ 29
4. ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อ 2 และ 35
5. ด้านข้อมูลในการให้บริการ	จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อ 3 5 6 7 และ 22
6. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์	จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อ 9 11 13
7. ด้านบุคลิกภาพพนักงานขาย	จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อ 16 18 21 23 26 31 และ 34

6. นำแบบสอบถามที่คัดเลือกไว้แล้วในข้อ 5 ไปทดลองกับผู้บริโภค/ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน เพื่อนำผลมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient)(พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2538) ได้ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ 0.96

7. นำแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนมีนาคม 2546 ถึง เดือนพฤษภาคม

2546 จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาจัสมักรัสดาฯ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และสาขาอาคารเดอะเนชั่น บางนา ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างสาขาละ 100 คน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 300 คน

2.2 ตัวอย่างแบบสอบถาม

วัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊ค เซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค/ลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่วัดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค/ลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย ได้แก่ พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขาย คุณภาพของพนักงานขาย ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เป็นแบบสอบถามตามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 35 ข้อ

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือ

ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อขอทราบความคิดเห็นของท่าน เกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและ พัฒนาการให้บริการของพนักงานขาย ในการสร้างความพึงพอใจในการบริการสำหรับท่านและลูกค้าท่านอื่นต่อไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- 1.1 () เพศชาย
- 1.2 () เพศหญิง

2. อายุ

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

3. สถานการสมรส

- 3.1 () โสด
- 3.2 () สมรส
- 3.3 () หม้าย / หย่า

4. ระดับการศึกษา

- 4.1 () ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
- 4.2 () มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า
- 4.2 () อนุปริญญา
- 4.3 () ปริญญาตรี
- 4.4 () สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 5.1 () นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
 5.2 () รับราชการ
 5.3 () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 5.4 () พนักงานเอกชน / รับจ้าง
 5.5 () อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 6.1 () ต่ำกว่า 10,000 บาท
 6.2 () 10,000-20,000 บาท
 6.3 () 20,000 บาทขึ้นไป

**ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือ
 ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์**

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความรู้สึกและความเป็นจริงมากที่สุดเพียงคำตอบเดียวใน
 แต่ละข้อ

“ ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายระดับใด ”						
	บริการที่ได้รับ	ระดับความพึงพอใจ				
		พอใจ มาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่ พอ ใจ	ไม่ พอใจ มาก
1.	ด้านความน่าเชื่อถือ พนักงานขายให้บริการได้ดีสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเข้ามาใช้บริการเมื่อใด					
2.	พนักงานขายมีความถูกต้องแม่นยำ ในการให้บริการ					
1.	ด้านการให้การช่วยเหลือ พนักงานขายมีความเต็มใจในการให้บริการ					
2.	พนักงานขายให้ความช่วยเหลือลูกค้า อย่างเท่าเทียมกัน					
1.	ด้านการสื่อสาร พนักงานขายให้การต้อนรับที่เหมาะสม (กล่าวทักทาย สวัสดีครับ/ค่ะ และกล่าว ขอบคุณ หลังจากใช้บริการ)					
2.	พนักงานขายอธิบายได้ชัดเจน					

1.	ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ					
	พนักงานขายมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ					
2.	พนักงานขายให้บริการได้อย่างรวดเร็ว					
1.	ด้านข้อมูลในการให้บริการ					
	พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ					
2.	พนักงานขายตอบคำถามได้ถูกต้องและตรงประเด็น					
1.	ด้านความพร้อมของอุปกรณ์					
	พนักงานขายมีการเตรียมความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ (เช่น การเตรียมเอกสาร ปากกาสำหรับการรับสมัครสมาชิก)					
2.	พนักงานขายจัดและตกแต่งภายในร้านอย่างเป็นระเบียบ					
1.	ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย					
	พนักงานขายมีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยน					
2.	พนักงานขายแต่งกายได้อย่างสุภาพเรียบร้อย					

“ขอขอบคุณทุกท่านในการทำแบบสอบถามในครั้งนี้”

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อความทางบวก	ถ้าตอบ	พอใจมาก	ได้ 5 คะแนน
		พอใจ	ได้ 4 คะแนน
		เฉย ๆ	ได้ 3 คะแนน
		ไม่พอใจ	ได้ 2 คะแนน
		ไม่พอใจมาก	ได้ 1 คะแนน

ข้อความทางลบ ถ้าตอบ	พอใจมาก	ได้ 1 คะแนน
	พอใจ	ได้ 2 คะแนน
	เฉย ๆ	ได้ 3 คะแนน
	ไม่พอใจ	ได้ 4 คะแนน
	ไม่พอใจมาก	ได้ 5 คะแนน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานซีอีโอบุคคลเซ็นเตอร์ บริษัท ซีอีโอเคชั่น จำกัด (มหาชน)
2. ติดต่อผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการร้านซีอีโอบุคคลเซ็นเตอร์ เพื่อขอความร่วมมือในการอนุญาตแจกแบบสอบถามให้แก่ลูกค้าของร้านหนังสือซีอีโอบุคคลเซ็นเตอร์
3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่จะตอบแบบสอบถาม
4. สุ่มตัวอย่างลูกค้าร้านหนังสือซีอีโอบุคคลเซ็นเตอร์ จำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538) และตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ

4. วิธีจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 9.0 (สุวิษาน มนแพงศานนท์.2546: 169)
2. นำข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ คิดเป็น ค่าร้อยละ
3. นำข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีโอบุคคลเซ็นเตอร์สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร หาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยรวมและรายด้าน ซึ่งพิจารณาประเมินการแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีโอบุคคลเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร พิจารณาค่าเฉลี่ยแล้วสรุปผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายถึง	พึงพอใจ
ค่าเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง	เฉยๆ

ค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	ไม่พึงพอใจมาก

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายหนังสือร้านซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t-test และระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way anova) ในการทดสอบค่า F-test และในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะใช้การเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

$\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร(ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534)

$$S = \sqrt{\frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ของแบบสอบถามจะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายข้อของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ โดยใช้ t-test (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541)

$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S_H^2}{N_H} + \frac{S_L^2}{N_L}}}$$

t แทน ค่าที่จะใช้ตัดสินว่าข้อความนั้นมีอำนาจจำแนกอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้หรือไม่

$\bar{X}_H$	แทน	ค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มสูง
$\bar{X}_L$	แทน	ค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มต่ำ
S_H^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มสูง
S_L^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มต่ำ
N_H	แทน	จำนวนผู้ตอบในกลุ่มสูง
N_L	แทน	จำนวนผู้ตอบในกลุ่มต่ำ

2.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{S_i^2}{s_t^2} \right)$$

α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
S_i^2	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีไอดีบุ๊คเซ็นเตอร์ แตกต่างกัน โดยใช้สูตร Independent t-test ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534)

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

t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 ANOVA ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2534)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

F แทน ค่าที่พิจารณาใน F-distribution

MS_b แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสองระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสองภายในกลุ่ม

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้ Least Significance Difference (LSD) ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างคู่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่างๆ 3 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกันในการแปลความหมายผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับชั้นความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
Ss	แทน	ผลรวมของค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Squares)
Ms	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอโดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายของร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้การช่วยเหลือ ด้านการสื่อสาร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการ

ให้การช่วยเหลือ ด้านการสื่อสาร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการของพนักงานขายของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในกรุงเทพมหานคร เป็นร้อยละ

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
1. เพศ		
ชาย	152	50.7
หญิง	148	49.3
รวม	300	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	61	20.3
20 – 30 ปี	156	52.0
31 – 40 ปี	70	23.3
สูงกว่า 40 ปีขึ้นไป	13	4.3
รวม	300	100.0
3. สถานภาพการสมรส		
โสด	220	73.3
สมรส	75	25.0
หม้าย/หย่า	5	1.7
รวม	300	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
4. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	81	27.0
อนุปริญญา	37	12.3
ปริญญาตรี	162	54.0
สูงกว่าปริญญาตรี	20	6.7
รวม	300	100.0
5. อาชีพ		
นักเรียน /นิสิต /นักศึกษา	90	30.0
รับราชการ	25	8.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	2.7
พนักงานเอกชน /รับจ้างทั่วไป	168	56.0
อื่น ๆ *	9	3.0
รวม	300	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	109	36.3
10,000 – 20,000 บาท	97	32.3
20,000 บาทขึ้นไป	49	16.3
อื่น ๆ **	45	15.0
รวม	300	100.0

* ค้าขาย และไม่มีอาชีพ ** มีรายได้จากผู้ปกครอง

จากตาราง 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 300 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจากพนักงานขายร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน พบว่ามีจำนวนเป็นเพศชาย 152 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 และมีจำนวนเพศหญิง 148 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 ซึ่งจำนวนเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน

อายุ ผู้บริโภคพบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

สถานภาพการสมรส ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3

ระดับการศึกษา ผู้บริโภค พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0

อาชีพ ผู้บริโภค พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน / รับจ้าง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมามีอาชีพนักเรียน / นิสิต/ นักศึกษา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

รายได้ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้การช่วยเหลือ ด้านการสื่อสาร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไป ของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ

ตาราง 2 แสดงคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	3.81	0.50	พอใจ
2. ด้านการให้การช่วยเหลือ	3.84	0.48	พอใจ
3. ด้านการสื่อสาร	3.82	0.53	พอใจ
4. ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	3.82	0.51	พอใจ
5. ด้านข้อมูลในการให้บริการ	3.67	0.50	พอใจ
6. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์	4.03	0.54	พอใจ
7. ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย	4.02	0.45	พอใจ
รวม	3.86	0.42	พอใจ

จากตาราง 2 แสดงว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับพอใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่าผู้บริโภคพึงพอใจในด้านความพร้อมของอุปกรณ์มากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) รองลงมาคือด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.02) ด้านการให้การช่วยเหลือ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) ด้านการสื่อสาร และด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.82) ด้านความน่าเชื่อถือ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) และด้านข้อมูลในการให้บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์ สาขาในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้การช่วยเหลือ ด้านการสื่อสาร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตาราง 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์ สาขาในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจใน ภาพรวมจำแนก ตามเพศ	เพศ						
	ชาย		หญิง		t	df	Sig. (2-tailed)
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D			
1. ด้านความ น่าเชื่อถือ	3.86	0.50	3.77	0.50	1.47	299	0.14
2. ด้านการให้การ ช่วยเหลือ	3.83	0.48	3.84	0.48	0.24	299	0.80
3. ด้านการสื่อสาร	3.84	0.53	3.79	0.54	0.72	299	0.46
4. ด้านความรวดเร็ว ในการให้บริการ	3.86	0.51	3.77	0.52	1.42	299	0.15
5. ด้านข้อมูลในการ ให้บริการ	3.68	0.52	3.66	0.48	0.24	299	0.81
6. ด้านความพร้อม ของอุปกรณ์	4.04	0.52	4.02	0.56	0.43	299	0.66
7. ด้านบุคลิกภาพ ของพนักงานขาย	4.03	0.45	4.01	0.46	0.30	299	0.76
รวม	3.88	0.42	3.84	0.42	0.75	299	0.44

จากตาราง 3 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือ
ซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในภาพ รวมจำแนกตามอายุ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig. (2-tailed)
1. ด้านความ น่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.35	0.11	0.45	0.71
	ภายในกลุ่ม	296	77.02	0.26		
	รวม	299	77.38			
2. ด้านการให้การ ช่วยเหลือ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.92	0.30	1.31	0.27
	ภายในกลุ่ม	296	69.56	0.23		
	รวม	299	70.48			
3. ด้านการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	3	1.92	0.64	2.23	0.08
	ภายในกลุ่ม	296	84.73	0.28		
	รวม	299	86.65			
4. ด้านความรวดเร็ว ในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.18	0.06	0.23	0.87
	ภายในกลุ่ม	296	80.02	0.27		
	รวม	299	80.20			
5. ด้านข้อมูลในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.18	0.06	0.23	0.87
	ภายในกลุ่ม	296	76.25	0.25		
	รวม	299	76.43			
6. ด้านความพร้อม ของอุปกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.21	0.40	1.36	0.25
	ภายในกลุ่ม	296	88.40	0.29		
	รวม	299	89.62			
7. ด้านบุคลิกภาพ ของพนักงานขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	2.13	0.71	3.49*	0.01
	ภายในกลุ่ม	296	60.40	0.20		
	รวม	299	62.53			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.69	0.23	1.28	0.28
	ภายในกลุ่ม	296	53.07	0.17		
	รวม	299	53.76			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 4 แสดงว่าผู้บริโภคมียุ่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้บริโภคมียุ่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายในด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัย จึงได้นำเอาผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ.05 ดังแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีไอดีบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครในด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายโดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	สูงกว่า 40 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.18	3.98	3.97	3.97
ต่ำกว่า 20 ปี	4.18		(0.20)* (0.00)	(0.21)* (0.00)	(0.21) (0.12)
20- 30 ปี	3.98			(0.01) (0.87)	(0.01) (0.96)
31-40 ปี	3.97				(0.00) (0.97)
สูงกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.97				

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 5 แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 20-30 ปี และผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 6 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือ
ซีเ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมจำแนกตามสถานภาพการสมรส

ความพึงพอใจใน ภาพรวมจำแนกตาม สถานภาพการสมรส	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig. (2-tailed)
1. ด้านความ น่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.49	0.49	1.94	0.12
	ภายในกลุ่ม	296	75.88	0.25		
	รวม	299	77.38			
2. ด้านการให้การ ช่วยเหลือ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.18	0.06	0.25	0.85
	ภายในกลุ่ม	296	70.30	0.23		
	รวม	299	70.48			
3. ด้านการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.77	0.25	0.88	0.44
	ภายในกลุ่ม	296	85.88	0.29		
	รวม	299	86.65			
4. ด้านความรวดเร็ว ในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.40	0.13	0.50	0.67
	ภายในกลุ่ม	296	79.80	0.27		
	รวม	299	80.20			
5. ด้านข้อมูลในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.46	0.15	0.59	0.61
	ภายในกลุ่ม	296	75.97	0.25		
	รวม	299	76.43			
6. ด้านความพร้อม ของอุปกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.29	0.09	0.32	0.80
	ภายในกลุ่ม	296	89.32	0.30		
	รวม	299	89.62			
7. ด้านบุคลิกภาพ ของพนักงานขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.23	0.07	0.37	0.77
	ภายในกลุ่ม	296	62.30	0.21		
	รวม	299	62.53			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.25	0.08	0.46	0.70
	ภายในกลุ่ม	296	53.51	0.18		
	รวม	299	53.76			

จากตาราง 6 แสดงว่าสถานการณ์ภาพการสมรสของผู้บริโภคที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 7 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือ
ซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในภาพรวม	แหล่งความ	df	SS	MS	F	Sig
จำแนกตามระดับการศึกษา	แปรปรวน					(2- tailed)
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	4	4.92	1.23	5.00*	0.00
	ภายในกลุ่ม	295	72.46	0.24		
	รวม	299	77.38			
2. ด้านการให้การช่วยเหลือ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.71	0.92	4.10*	0.00
	ภายในกลุ่ม	295	66.76	0.22		
	รวม	299	70.74			
3. ด้านการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	4	5.97	1.49	5.46*	0.00
	ภายในกลุ่ม	295	80.68	0.27		
	รวม	299	86.65			
4. ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.93	0.73	2.80*	0.02
	ภายในกลุ่ม	295	77.27	0.26		
	รวม	299	80.20			
5. ด้านข้อมูลในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	5.67	1.41	5.91*	0.00
	ภายในกลุ่ม	295	70.76	0.24		
	รวม	299	76.43			
6. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	4	5.58	1.39	4.89*	0.00
	ภายในกลุ่ม	295	84.04	0.28		
	รวม	299	89.62			
7. ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย	ระหว่างกลุ่ม	4	4.74	1.18	6.05*	0.00
	ภายในกลุ่ม	295	57.79	0.19		
	รวม	299	62.53			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	4.46	1.11	6.68*	0.00
	ภายในกลุ่ม	295	49.29	0.16		
	รวม	299	53.76			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 7 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัย จึงได้นำเอาผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตาราง 8

ตาราง 8 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า
	$\bar{X}$	มัธยมศึกษา	หรือเทียบเท่า			ปริญญาตรี
		3.96	4.01	4.00	3.77	3.71
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3.96	-	(0.05)	(0.04)	(0.19)	(0.25)
			(0.84)	(0.88)	(0.51)	(0.40)
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	4.01			(0.01)	(0.24)*	(0.30)*
				(0.85)	(0.00)	(0.00)
อนุปริญญา	4.00				(0.23)*	(0.29)*
					(0.00)	(0.01)
ปริญญาตรี	3.77					(0.06)
						(0.52)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.71					

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 8 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับทางสถิติ .05

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายหนังสือร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		4.16	3.98	3.94	3.70	3.78
ต่ำกว่า	4.16	-	(0.18)	(0.22)	(0.46)	(0.38)
มัธยมศึกษา			(0.60)	(0.54)	(0.19)	(0.29)
มัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า	3.98			(0.04)	(0.28)*	(0.20)
				(0.70)	(0.00)	(0.10)
อนุปริญญา	3.94				(0.24)*	(0.16)
					(0.00)	(0.23)
ปริญญาตรี	3.70					(0.08)
						(0.53)
สูงกว่า ปริญญาตรี	3.78					

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านความน่าเชื่อถือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้การช่วยเหลือจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	อนุสัญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.95	3.97	3.99	3.75	3.75
ต่ำกว่า	3.95		(0.02)	(0.04)	(0.20)	(0.20)
มัธยมศึกษา			(0.95)	(0.90)	(0.54)	(0.57)
มัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า	3.97			(0.02)	(0.22)*	(0.22)
				(0.81)	(0.00)	(0.06)
อนุสัญญา	3.99				(0.24)*	(0.24)
					(0.00)	(0.07)
ปริญญาตรี	3.75					(0.00)
						(0.97)
สูงกว่า ปริญญาตรี	3.75					

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุสัญญา กับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านการให้การช่วยเหลือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการสื่อสาร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า 4.00	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า 4.01	อนุปริญญา 3.91	ปริญญาตรี 3.72	สูงกว่า ปริญญาตรี 3.60
ต่ำกว่า	4.00		(0.01)	(0.09)	(0.28)	(0.40)
มัธยมศึกษา			(0.96)	(0.83)	(0.46)	(0.30)
มัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า	4.01			(0.10) (0.33)	(0.29)* (0.00)	(0.41)* (0.00)
อนุปริญญา	3.91				(0.19)* (0.04)	(0.31)* (0.02)
ปริญญาตรี	3.72					(0.12) (0.31)
สูงกว่า ปริญญาตรี	3.60					

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 11 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านการสื่อสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านการสื่อสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.75	3.94	3.94	3.75	3.67
ต่ำกว่า	3.75		(0.19)	(0.19)	(0.00)	(0.08) (0.84)
มัธยมศึกษา			(0.59)	(0.59)	(0.99)	
มัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า	3.94			(0.00) (0.97)	(0.19)* (0.00)	(0.27)* (0.03)
อนุปริญญา	3.94				(0.19)* (0.04)	(0.27) (0.05)
ปริญญาตรี	3.75					(0.08) (0.52)
สูงกว่า ปริญญาตรี	3.67					

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 12 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านความรวดเร็วในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านข้อมูลในการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.50	3.81	3.91	3.58	3.49
ต่ำกว่า	3.50		(0.31)	(0.41)	(0.08)	(0.01)
มัธยมศึกษา			(0.37)	(0.24)	(0.81)	(0.97)
มัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า	3.81			(0.10) (0.29)	(0.23)* (0.00)	(0.32)* (0.00)
อนุปริญญา	3.91				(0.33)* (0.00)	(0.42)* (0.00)
ปริญญาตรี	3.58					(0.09) (0.42)
สูงกว่า ปริญญาตรี	3.49					

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตารางที่ 13 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านข้อมูลในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านข้อมูลในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา 4.00	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า 4.19	อนุปริญญา 4.20	ปริญญาตรี 3.94	สูงกว่า ปริญญาตรี 3.80
ต่ำกว่า	4.00		(0.19)	(0.20)	(0.06)	(0.20)
มัธยมศึกษา			(0.60)	(0.59)	(0.88)	(0.61)
มัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า	4.19			(0.01) (0.93)	(0.25)* (0.00)	(0.39)* (0.00)
อนุปริญญา	4.20				(0.26)* (0.00)	(0.40)* (0.00)
ปริญญาตรี	3.94					(0.14) (0.24)
สูงกว่า ปริญญาตรี	3.80					

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 14 แสดงว่าผู้บริโภครที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้บริโภครที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านความพร้อมของอุปกรณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ผู้บริโภครที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้บริโภครที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านความพร้อมของอุปกรณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า
	$\bar{X}$	มัธยมศึกษา	หรือเทียบเท่า			ปริญญาตรี
		4.35	4.20	4.09	3.93	3.87
ต่ำกว่า	4.35		(0.15)	(0.26)	(0.42)	(0.48)
มัธยมศึกษา			(0.62)	(0.41)	(0.17)	(0.14)
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	4.20			(0.11)	(0.27)*	(0.33)*
				(0.23)	(0.00)	(0.00)
อนุปริญญา	4.09				(0.16)*	(0.22)
					(0.04)	(0.06)
ปริญญาตรี	3.93					(0.06)
						(0.55)
สูงกว่า	3.87					
ปริญญาตรี						

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 15 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา กับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจใน ภาพรวมจำแนกตาม อาชีพ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig. (2-tailed)
1.ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.10	0.02	0.10	0.98
	ภายในกลุ่ม	295	77.27	0.26		
	รวม	299	77.38			
2.ด้านการช่วยเหลือ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.30	0.07	0.31	0.86
	ภายในกลุ่ม	295	70.18	0.23		
	รวม	299	70.48			
3.ด้านการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	4	0.86	0.21	0.74	0.56
	ภายในกลุ่ม	295	85.79	0.29		
	รวม	299	86.65			
4.ด้านความรวดเร็ว ในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.60	0.15	0.56	0.69
	ภายในกลุ่ม	295	79.60	0.27		
	รวม	299	80.20			
5.ด้านข้อมูลในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.32	0.08	0.31	0.86
	ภายในกลุ่ม	295	76.10	0.25		
	รวม	299	76.43			
6.ด้านความพร้อม ของอุปกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	4	2.37	0.59	2.01	0.09
	ภายในกลุ่ม	295	87.24	0.29		
	รวม	299	89.62			
7.ด้านบุคลิกภาพของ พนักงานขาย	ระหว่างกลุ่ม	4	1.19	0.29	1.43	0.22
	ภายในกลุ่ม	295	61.34	0.20		
	รวม	299	62.53			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.30	0.07	0.42	0.79
	ภายในกลุ่ม	295	53.46	0.18		
	รวม	299	53.76			

จากตาราง 16 แสดงว่าผู้บริโภค ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจในภาพรวม จำแนกตามรายได้	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig. (2-tailed)
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.18	0.39	1.53	0.27
	ภายในกลุ่ม	296	76.20	0.25		
	รวม	299	77.38			
2. ด้านการให้การช่วยเหลือ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.50	0.52	2.15	0.94
	ภายในกลุ่ม	296	68.98	0.23		
	รวม	299	70.48			
3. ด้านการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	3	3.03	1.01	3.58*	0.01
	ภายในกลุ่ม	296	83.61	0.28		
	รวม	299	86.65			
4. ด้านความรวดเร็วในการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.35	0.45	1.69	0.16
	ภายในกลุ่ม	296	78.85	0.26		
	รวม	299	80.20			
5. ด้านข้อมูลในการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.79	0.93	3.75*	0.01
	ภายในกลุ่ม	296	73.63	0.24		
	รวม	299	76.43			
6. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	3.08	1.02	3.52*	0.01
	ภายในกลุ่ม	296	86.53	0.29		
	รวม	299	89.62			
7. ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	1.68	0.56	2.73*	0.04
	ภายในกลุ่ม	296	60.84	0.20		
	รวม	299	62.53			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.86	0.62	3.54*	0.01
	ภายในกลุ่ม	296	51.89	0.17		
	รวม	299	53.76			

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากตาราง 17 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม และรายด้านในด้าน การสื่อสาร ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงาน ขายเป็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัย จึงได้นำเอาผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	10,000 -	สูงกว่า	อื่นๆ**
	$\bar{X}$	10,000 บาท	20,000 บาท	20,000 บาท	
		3.88	3.90	3.68	3.89
ต่ำกว่า	3.88		(0.02)	(0.20)*	(0.01)
10,000 บาท			(0.66)	(0.00)	(0.83)
10,000 – 20,000 บาท	3.90			(0.22)*	(0.01)
				(0.00)	(0.89)
สูงกว่า 20,000 บาท	3.68				(0.21)*
ขึ้นไป					(0.01)
อื่นๆ **	3.89				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** หมายถึง มีรายได้จากผู้ปกครอง

จากตาราง 18 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป และผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (อื่นๆ) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการสื่อสาร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท	อื่นๆ**
		3.83	3.87	3.59	3.89
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.83		(0.04) (0.62)	(0.24)* (0.00)	(0.06) (0.56)
10,000 – 20,000 บาท	3.87			(0.28)* (0.00)	(0.02) (0.85)
สูงกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป	3.59				(0.30)* (0.00)
อื่นๆ **	3.89				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** หมายถึง มีรายได้จากผู้ปกครอง

จากตาราง 19 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป และผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (อื่นๆ) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายในการสื่อสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านข้อมูลในการให้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท	อื่น ๆ**
		3.72	3.74	3.46	3.64
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.72		(0.02) (0.73)	(0.26)* (0.00)	(0.08) (0.41)
10,000 – 20,000 บาท	3.74			(0.28)* (0.00)	(0.10) (0.29)
สูงกว่า 20,000 บาท	3.46				(0.18) (0.08)
อื่น ๆ**	3.64				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** หมายถึง มีรายได้จากผู้ปกครอง

จากตาราง 20 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป และ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายด้านข้อมูลในการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของ พนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความพร้อมของ อุปกรณ์ จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท	อื่น ๆ **
		4.10	4.07	3.81	4.01
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.10		(0.03) (0.67)	(0.29)* (0.00)	(0.09) (0.33)
10,000 – 20,000 บาท	4.07			(0.26)* (0.00)	(0.06) (0.53)
สูงกว่า 20,000 บาท	3.81				(0.20) (0.07)
อื่น ๆ **	4.01				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** หมายถึง มีรายได้จากผู้ปกครอง

จากตาราง 21 แสดงว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป และผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท	อื่นๆ **
		4.03	4.06	3.85	4.07
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.03		(0.03)	(0.18)*	(0.04)
10,000 – 20,000 บาท	4.06		(0.62)	(0.02)	(0.58)
สูงกว่า 20,000 บาท	3.85			(0.21)*	(0.01)
				(0.00)	(0.87)
อื่นๆ **	4.07				(0.22)*
					(0.01)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** หมายถึง มีรายได้จากผู้ปกครอง

จากตาราง 22 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป และผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (อื่นๆ) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงาน การให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ให้มีความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน และการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

ผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันเมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มาเลือกซื้อหนังสือในร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาจัสโก้รัชดาฯ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และสาขาอาคารเดอะเนชั่นบางนา ในช่วงเดือน มีนาคม 2546 ถึง เดือนพฤษภาคม 2546

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มาเลือกซื้อหนังสือในร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาจัสโก้รัชดาฯ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และสาขาอาคารเดอะเนชั่นบางนา ในช่วงเดือน มีนาคม 2546 ถึง เดือนพฤษภาคม 2546

จำนวนสาขาละ 100 คน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 300 คนที่ได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538) และทำแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าชนิด 5 ตัวเลือก โดยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการช่วยเหลือ ด้านการสื่อสาร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย เป็นมาตราส่วนประเมินค่าชนิด 5 ตัวเลือก โดยมีระดับความพึงพอใจมาก พึงพอใจ เฉย ๆ ไม่พึงพอใจ และไม่พึงพอใจมาก จำนวน 35 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ บริษัท ซีอีดับเบิลยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
2. ติดต่อผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการร้านซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ เพื่อขอความร่วมมืออนุญาตแจกแบบสอบถามให้แก่ลูกค้าของร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์
3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่จะตอบแบบสอบถาม
4. สุ่มตัวอย่างลูกค้าร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ จำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538) และตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS Version 9.0 โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบ สอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยการคำนวณหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบช่วงความกว้างของอัตราภาคขั้นดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	พอใจมาก
ระดับค่าเฉลี่ย	3.51 - 4.50	หมายถึง	พอใจ
ระดับค่าเฉลี่ย	2.51 - 3.50	หมายถึง	เฉยๆ
ระดับค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	ไม่พอใจ
ระดับค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	ไม่พอใจมาก

3. ทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคระหว่างตัวแปรอิสระของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t-test

4. ทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคระหว่างตัวแปรอิสระของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Variance : One Way ANOVA) ในการทดสอบค่า F-test และในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significance Difference (LSD)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เข้ามารับบริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มารับบริการ

เพศ ผู้บริโภคที่เข้ามารับบริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน พบว่าเป็นเพศชายจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 และเพศหญิง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 เพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน

อายุ ผู้บริโภคที่เข้ามารับบริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน พบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

สถานภาพการสมรส ผู้บริโภคที่เข้ามารับบริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาสมรสแล้ว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ระดับการศึกษา ผู้บริโภคที่เข้ามารับบริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับ

ปริญญาตรี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0

อาชีพ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ รับจ้างทั่วไป จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน /นิสิต/ นักศึกษา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

รายได้ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจากพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย

จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับพอใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่าผู้บริโภคพอใจในด้านความพร้อมของอุปกรณ์มากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) รองลงมาคือด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.02) ด้านการให้การช่วยเหลือ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) ด้านการสื่อสาร และด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.82) ด้านความน่าเชื่อถือ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) และด้านข้อมูลในการให้บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขาย ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้สรุปได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่าผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครในด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้านในด้านการสื่อสาร ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครมีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจแสดงว่า การให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้การช่วยเหลือ ด้านการสื่อสาร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านข้อมูลในการให้บริการ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ และด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย มีคุณภาพในการบริการในระดับที่เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค และในปัจจุบันธุรกิจการค้าแทบทุกด้าน ให้ความสำคัญกับพนักงานบริการหรือพนักงานขายมาก ก่อนที่จะเริ่มให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคที่มารับบริการ จะต้องมีการจัดการอบรมและให้ความรู้ด้านบริการแก่พนักงานขายเป็นอย่างดี ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ พงศ์นาวัน (2544) ที่ศึกษาพบว่า การเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายโดยใช้การฝึกอบรม ทำให้พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้น และหากพนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับงานบริการเป็นอย่างดีจะมีผลให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่องานบริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุติธร เอี่ยมอร่าม (2542) ที่ศึกษาพบว่า การให้เอกสารสนเทศเกี่ยวกับหลักการในการให้บริการกับพนักงานขายมีผลทำให้เจตคติในการให้บริการสูงกว่าก่อนการให้เอกสารสนเทศเกี่ยวกับหลักการในการให้บริการ

2. ผู้บริโภคที่มีเพศ สถานภาพการสมรส อาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคอยู่ในระดับมาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้บริโภคจะมีเพศใด อายุระดับใด ประกอบอาชีพด้านไหน จะได้รับการบริการจากพนักงานขายเพื่อสร้างความพึงพอใจ ได้อย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเข้ามาใช้บริการเมื่อใด นอกจากนี้พนักงานขายยังให้ความสำคัญในการให้บริการต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งตรงกับหลักการบริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2537: 146) หลักความเสมอภาค กล่าวคือ บริการที่จัดขึ้นนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้า และเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นมาก

3. ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริโภคที่มีอายุน้อยคือต่ำกว่า 20 ปีจะมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร สูงกว่าผู้บริโภคที่มีอายุสูงกว่า 20 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรภรณ์ สัตถาผล (2543) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะพนักงานขายที่ให้บริการในร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ มีอายุเฉลี่ยไม่เกิน 25 ปี ดังนั้นผู้บริโภค/ลูกค้าที่มีอายุใกล้เคียงกับพนักงานขายอาจมีความรู้สึกว่าการพนักงานขายมีความเข้าใจและสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค/ลูกค้าได้ดีในระดับที่สร้างความพึงพอใจ

4. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำจะมีคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำ คือ ระดับมัธยมศึกษา และอนุปริญญา ระดับสูงกว่า คือ ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่างกัน หากผู้บริโภคเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจ และมีประสบการณ์ ต่อการให้บริการแล้ว ความคาดหวังก็จะเปลี่ยนไปตามเวลา เมื่อประสบการณ์เปลี่ยนไป ความคาดหวังที่ได้รับจะเปลี่ยนแปลงไปซึ่งตรงกับทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของวรูม (Vroom) ที่กล่าวว่า ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคลมีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงพยายามค้นหาหรือพยายามกระทำด้วยวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามความคาดหวัง บุคคลจะได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามระดับของประสบการณ์และการเรียนรู้ที่สูงขึ้นนั่นเอง

5. ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้บริโภคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการเปรียบเทียบพบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำคือต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร สูงกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ที่เป็นเช่นนี้อาจมาจากเหตุผลที่ว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงจะมีกำลังในการซื้อหรือการแสวงหาสินค้าและบริการในระดับที่สูง ขณะเดียวกันก็จะมีคามมั่นใจว่าจะได้รับสินค้า และบริการที่ดีที่มีคุณภาพสูง ตามกำลังในการซื้อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวัง ในด้านต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หน่วยงานหรือองค์กรที่มีพนักงานให้บริการหรือพนักงานขายคอยให้บริการกับผู้บริโภคหรือลูกค้า ควรให้ความสำคัญต่อพนักงานบริการหรือพนักงานขาย เกี่ยวกับการให้ความรู้ในด้านการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจกับผู้บริโภคหรือลูกค้าเพราะการให้ความสำคัญด้านสินค้าด้านเดียวนั้นอาจไม่เพียงพอและอาจทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้าได้

2. หน่วยงานหรือองค์กรที่มีการบริการกับผู้บริโภคหรือลูกค้าควรมีศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อคอยรับข้อร้องเรียนของลูกค้าเพื่อจะได้รับข้อมูลจากลูกค้าโดยตรงและนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงการให้บริการให้สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าในระดับที่บรรลุสู่ความพึงพอใจ

3. การจัดกายาร้านหนังสือควรมีการจัดแบ่งมุมที่เป็นมุมหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชนที่มีบริเวณที่กว้างพอสำหรับการเข้าไปนั่งเลือกหนังสือทั้งสำหรับผู้ปกครองและเด็ก อาจมีการจัดที่นั่งในมุมใดมุมหนึ่งของร้านหรือบริเวณชั้นใดชั้นหนึ่งหากร้านมีหลายชั้น นอกจากนี้หนังสือสำหรับเด็กและเยาวชนน่าจะมีให้เลือกหลากหลายกว่านี้จะเป็นการดึงดูดต่อการเข้าไปใช้บริการ เป็นการช่วยส่งเสริมปลูกฝังการรักการอ่านในวัยเด็ก

4. ควรจัดมุมที่นั่งสำหรับลูกค้าที่ซื้อหนังสือแล้ว และต้องการนั่งอ่านหนังสือภายในร้านโดยอาจจัดบริการเครื่องดื่มและขนม เพื่อเป็นบริการเสริมช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

5. ควรจัดมุมประหยัดภายในร้านสำหรับลูกค้าที่ต้องการซื้อหนังสือราคาถูก หนังสือลดราคาทุก ๆ สัปดาห์เพื่อเป็นการกระจายหนังสือสู่ผู้อ่านที่มีกำลังซื้อน้อย ได้มีโอกาสเลือกอ่านหนังสือที่นำอ่านเป็นการสร้างความรู้สึที่ดีต่อลูกค้าในการซื้อหนังสือดีที่นำอ่านในราคาถูก ทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจในการเข้ามาใช้บริการในครั้งต่อไป

6. ทุก ๆ เดือนหรือในช่วงเวลาที่เหมาะสมควรมีการจัดกิจกรรมภายในร้าน เช่น กิจกรรมผู้อ่านพบนักเขียน กิจกรรมสำนักพิมพ์พบผู้ซื้อ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้อ่านที่เป็นผู้บริโภคได้พบกับผู้สร้างสรรค์งานเขียนที่ตนเองชื่นชอบ และมีโอกาสพบกับผู้เขียนที่มีผลงานกำลังขายดีติดอันดับ ซึ่งการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้น่าจะช่วยให้นักเขียนได้พบกับผู้อ่านโดยตรงและสามารถรับข้อมูลโดยตรงตามความต้องการและความสนใจของผู้อ่านที่เป็นผู้บริโภคหรือลูกค้า ผู้บริโภคหรือลูกค้าจะเกิดความรู้สึกร่วมกิจกรรม และอยากเข้ามาใช้บริการในร้านมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์สาขาในเขตกรุงเทพมหานครและสาขาในต่างจังหวัด อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีเพื่อจะได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในช่วงกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปจะผลเป็นอย่างไร

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ในด้านคุณภาพสินค้า ด้านราคาสินค้า ด้านการประชาสัมพันธ์สินค้า และด้านการกระจายสินค้า

3. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์สาขาในสาขาในต่างจังหวัด เพื่อจะได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์สาขาในสาขาในต่างจังหวัดว่ามีความแตกต่างกับในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ ภิญญนาบัตร. (2541). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการให้บริการของโรงพยาบาลหัวเฉียว* กรุงเทพมหานคร. ภิญญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กวี วงศ์พัฒน์. (2540). *ภาวะผู้นำ*. พิมพ์ครั้งที่ 3 .กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพบัญชี.
- กาญจนา คำสุวรรณ. (2524). *จิตวิทยาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : ทวีการพิมพ์.
- กั้ววาล บุญเลิศฟ้า. (2540). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการบริการของพนักงานขายหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า*. วิทยานิพนธ์ วท.บ.(จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยาณี ตปนิยากร. (2543). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบรบือ*. ภิญญานิพนธ์ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ).มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- จิตตินนท์ เดชะคุปต์. (2530). “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการ,” *เอกสารการสอนจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จินตนา สัมปชชิต. (2546). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของร้านมนต์นมสด* สาขา กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จิรวัดณ์ กิตติมงคลมา. (2543). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองหิน (ภูกระดึง)*. ภิญญานิพนธ์ กศ.ม. (บริหารการศึกษา). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- จิราภรณ์ สัตถาณ. (2543). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด*. ภิญญานิพนธ์ กศ.ม. (บริหารการศึกษา). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- จุฑามาศ กิจเจริญ. (2538). *วิธีหารประกันชีวิตหรือการเดินตลาดที่ได้ผลเต็ม 100%*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- จุฑามาศ สระศรี. (2543). *ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์ของผู้รับบริการ โรงพยาบาลสมิติเวช กรุงเทพมหานคร*. ภิญญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ฉลอง ภิรมย์รัตน์. (2521). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : ประจักษ์การพิมพ์.

- เฉลา การค้า.(2540). ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการบริหารของการไฟฟ้านครหลวง : ศึกษากรณีการไฟฟ้านครหลวงเขตคลองเตย.วิทยานิพนธ์ พบ.ม. กรุงเทพฯ.
- เฉลิมชัย ไชยิตา.(2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายของบริษัท กรุงเทพการไฟฟ้า จำกัด ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชาญศิลป์ เทพพิทักษ์และคณะ. (2542). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านขายหนังสือที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก. วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวรมหาวิทยาลัยนเรศวร. พิษณุโลก.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ.(2534).เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ :ธณัฏการพิมพ์.
- ชำนาญ สงวนพงษ์. (2515). ศิลปะการขาย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.
- ณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล. (2540). จิตวิทยาทั่วไป.เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. (2521). การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อักษร.
- ดำรงสิทธิ์ อุทยานานนท์. (2536). วิชาการขาย ม.ศ.6 ตามหลักสูตรประโยคมัธยมศึกษาตอนปลายสายอาชีพแผนกพาณิชยการ. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยพาณิชยการพระนคร
- เกิง สมทรัพย์. (2538). ร้านหนังสือที่รัก. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า
- เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์.(2536).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ พบ.ม. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้งกรุ๊ป.
- ทวีศักดิ์ สุวคนธ์. (2529). บริหารงานขาย. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธวัชชัย จินดาพาณิชย์. (2532). วิธีการขายให้สำเร็จ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- บุปผา ไร่รักษา. (2537). ขายอย่างสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แม่น้ำ.
- ปนัดดา กาญจนพันธุ์.(2545). ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ฟูจิ ในเขตกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ประสาน หอมพุทธ. (2540). ปัญหาการบริหารงานธุรการตามทัศนะของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ธุรการและการเงินโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ กศม. (การบริหารการศึกษา).กรุงเทพฯ : บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ . ถ่ายเอกสาร.
- พิณ คงพล. (2529). ความพึงพอใจที่มีต่อบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการประถมศึกษาจังหวัดใน 14 จังหวัดภาคใต้. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. สงขลา : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒสงขลา.ถ่ายเอกสาร.
- พรเทพ ปิยวัฒนาเมธา. (2536). คู่มือแก้ปัญหาการขายและการบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

- พรรณพิมล ก้านกนก. (2527). *การขายโดยบุคคลหลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). *วิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคม*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เทพเนรมิตการพิมพ์.
- มณีวรรณ ตันไทย. (2533). *พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ห้องควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนผู้มาติดต่อ*. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนูญ ตนะวัฒนา. (2537). *การพัฒนาบุคคลในโลกธุรกิจ – อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ : ธีรพงษ์การพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. สาขาเศรษฐศาสตร์. (2533). *จิตวิทยาการบริการ*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุคลธร เชตุงษ์. (2544). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจากกรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดทรัพย์มั่นคงบริการ จังหวัดสมุทรสาคร*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ยุติธร เอี่ยมอร่าม. (2542). *ผลของการให้เอกสารเสนอแนะต่อเจตคติในการให้บริการของพนักงานขายหน้าร้าน เวิลด์ มีเดีย*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (วัดผลการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- รจนา ปราณช่วย. (2544). *การศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของ พนักงานขาย ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- รัญจวน อินทรกำแหง. (2516). *การอ่านและการพิจารณาหนังสือพิมพ์ครั้งที่ 5* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.
- รัตนา สวาสดิพันธ์. (2539). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ พบ.ม. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รุ่งทิพย์ เสลานอก. (2543). *พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ วท.บ. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ล้วน สายยศ และอังศณา สายยศ. (2538). *เทคนิคการวิจัยการศึกษา*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วัลลภา ขายหาต. (2532). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). *คู่มือการวิจัยการวิจัยเชิงปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

- วิทยา ด้านอรรถกถา. (2536). *การตลาดเพื่อการแข่งขัน*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิมลมาศ ต้นสถาวิรัฐ (2545) *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านวัดสันที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร* สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.
- ศรัญ ดติยากิตติ. (2544). *การศึกษาเจตคติของผู้ปกครองที่มีต่อของเล่น*. บทคัดย่อ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สมาน พลวิจิต. (2518). *การศึกษานิสัยของผู้ปกครองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัยในการอ่านเพื่อปลูกฝังนิสัยรักการอ่านให้แก่ นักเรียน ปีการศึกษา 2517*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม.กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- สมาภรณ์ กลิ่นเจิม. (2544). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย บริษัท ไอซีไอ อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด (มหาชน)*. ปริญญานิพนธ์ รศ.ม.(สาขาบริหารทั่วไป) ชลบุรี : บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). *สร้างบริการสร้างความประทับใจ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมบุญ ธานีโชติ. (2540). *เคล็ดลับนักขาย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง.
- สมยศ นาวิการ. (2521). *องค์การ : ทฤษฎีและพฤติกรรม*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สมภพ เจริญกุล. (2543). *24 ปัจจัยในความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ เอ็กสเปอร์เน็ท.
- สมศิริ แทนปิ่น. (2538). *พฤติกรรมการสอนของอาจารย์ผู้สอนในคณะวิชาการบริหารธุรกิจตามทัศนะของผู้บริหารฝ่ายวิชาการในสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา เขตการศึกษา 7-8*. วิทยานิพนธ์ กศม. (การบริหารการศึกษา).กรุงเทพฯ : บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.ถ่ายเอกสาร.
- สุวิธาน มนแพงसानนท์.(2546).การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS for Windows. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สิริลักษณ์ พงศ์นาวัน. (2544). *การศึกษาและพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายของบริษัท ซี อาร์ ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ กศ.ม.(จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุชิน นตะปา. (2540). *การขายอย่างสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เดลฟี.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ.(2532). *หลักการตลาด*.พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพรึก.
- สุนนา อยู่โพธิ์. (2537). *การค้าปลีก*. กรุงเทพฯ : ชวนพิมพ์.
- สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. (2530). *พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่องค์การราชการกับปัจจัยแวดล้อมในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์*. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ถ่ายเอกสาร.

สุวัฒนา ใบเจริญ. (2540). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาขอนแก่น (ภาคค้า)*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

ลำอานค์ งามวิชา. (2525). *ส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

อดุลย์ หริรักษ์เสาวณีย์. (2542). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย : ศึกษากรณีเขตอำเภอเมืองบางละมุง จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ รศศ.ม. ชลบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.

_____. (2536). *จุลสารเราชาวซีเอ็ดฯ*. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการพนักงานซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ปี 2536

_____. (2544). *จุลสาร SBC สัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : ฝ่ายฝึกอบรมซีเอ็ดยูเคชั่นเตอร์ บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

Axelrod,M. 1989. " Sales : *Winning the Inner Game " National Underwriter (Life / Health / Financial / Service)*.93 (October 1989) : 11-13

Allport, G.W. (1965). *Pattern and Growth in Personality*. New York : Richard & Winston Inc.

Cattell, Raymond B. (1970). *Personality*. New York : McGraw-Hill.

Enis, B.M. (1979). *Personal Selling : Foundation. Process and Management*. Santa Monica, California : Goodyear. Publishing Company.

Hilgard, E.R.(1971). *A Translation of the original Scientific Meddical Writing of E.A.Mesmer, Translated and Compiler by George J. Book Introduction by E.R.Hilgard*.

Shelly, Maynard W. (1975). *Responding to Social Change*. Pensylvania : Dowden, Hutchison Press.

Sujan, H., M. Sujan and Bettman ,J.R. (1988). *Knowledge Structure Difference between More Effective and Less Effective Salepeople*. Journal of Marketing Research. 52 (January 1988) : 81-86

Millet, John D.(1954).*Management in the Public Service*.New york : McGraw-Hill.

Morris, C.R..1991. *Comparing and Evaluating Customer - Service training Programs in Department Store*. California State University. (Mineographed)

Vroom, V.H.(1964). *Work and Motivation*. New york : John Wiley and Sons.

Wolman , Benjamin B. (1973). *Dictionary of Behavioral Service*. New York : Van Nostrand : Reinhold.

ภาคผนวก

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายหนังสือร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความน่าเชื่อถือ

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความน่าเชื่อถือ			
1. พนักงานขายให้บริการได้ดีสม่ำเสมอไม่ว่าจะเข้ามาใช้บริการเมื่อใด	3.84	0.67	พอใจ
2. พนักงานขายมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	3.88	0.63	พอใจ
3. พนักงานขายมีความมั่นคงทางอารมณ์	3.73	0.68	พอใจ
รวม	3.81	0.50	พอใจ

จากตาราง 23 แสดงว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความน่าเชื่อถือโดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับพอใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้บริโภคพอใจพนักงานขายมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ มากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88) รองลงมาคือพนักงานขายให้บริการได้ดีสม่ำเสมอไม่ว่าจะเข้ามาใช้บริการเมื่อใด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.84) และข้อพนักงานขายมีความมั่นคงทางอารมณ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการให้การช่วยเหลือ

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการให้การช่วยเหลือ			
1. พนักงานขายมีความเต็มใจในบริการ	4.08	0.66	พอใจ
2. พนักงานขายมีความต่อเนื่องในการให้บริการ	3.91	0.64	พอใจ
3. พนักงานขายมีความอดทนในการให้บริการ	3.86	0.70	พอใจ
4. พนักงานขายมีความขยันขันแข็งในการให้บริการ	3.84	0.70	พอใจ
5. พนักงานขายมีความเข้าใจต่อความต้องการของผู้บริโภค	3.77	0.69	พอใจ
6. พนักงานขายให้บริการผู้บริโภคอย่างทั่วถึง	3.84	0.58	พอใจ
7. พนักงานขายให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคอย่างเท่าเทียมกัน	3.81	0.68	พอใจ
8. พนักงานขายให้ความสนใจต่อผู้บริโภคอย่างเท่าเทียมกัน	3.79	0.67	พอใจ
9. พนักงานขายคอยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคตลอดเวลาขณะให้บริการ	3.75	0.75	พอใจ
10. พนักงานขายสามารถช่วยแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค	3.78	0.69	พอใจ
11. พนักงานขายมีความพยายามในการให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ	3.82	0.65	พอใจ
รวม	3.84	0.48	พอใจ

จากตาราง 24 แสดงว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้การช่วยเหลือโดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับพอใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้บริโภคพอใจข้อพนักงานขายมีความเต็มใจในการบริการมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.08) รองลงมาข้อพนักงานขายมี

ความต่อเนื่องในการให้บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.91) ข้าราชการงานชายมีความอดทนในการให้บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86) ข้าราชการงานชายมีความขยันขันแข็งในการให้บริการ และข้าราชการงานชายให้บริการผู้บริโภคร้อย่างทั่วถึง (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) ข้าราชการงานชายมีความพยายามในการให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.82) ข้าราชการงานชายให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคร้อย่างเท่าเทียมกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) ข้าราชการงานชายให้ความสนใจต่อผู้บริโภคร้อย่างเท่าเทียมกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79) ข้าราชการงานชายสามารถช่วยแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.78) ข้าราชการงานชายมีความเข้าใจต่อความต้องการของผู้บริโภค (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.77) และข้าราชการงานชายคอยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคระหว่างเวลาให้บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.75) ตามลำดับ

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการสื่อสาร

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการสื่อสาร			
1. พนักงานขายให้การต้อนรับที่เหมาะสม (กล่าวทักทาย สวัสดีครับ/ค่ะ และกล่าวขอบคุณหลังจากให้บริการ)	3.81	0.83	พอใจ
2. พนักงานขายใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.86	0.60	พอใจ
3. พนักงานขายอธิบายได้ชัดเจน	3.69	0.69	พอใจ
4. พนักงานขายพูดจาไพเราะน่าฟัง	3.92	0.67	พอใจ
รวม	3.82	0.53	พอใจ

จากตาราง 25 แสดงว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการสื่อสาร โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับความพึงพอใจ (ค่าคะแนนรวมเท่ากับ 3.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคพอใจข้อพนักงานขายพูดจาไพเราะน่าฟังมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) รองลงมาข้อพนักงานขายใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86) ข้อพนักงานขายให้การต้อนรับที่เหมาะสม (กล่าวทักทาย สวัสดีครับ/ค่ะ และกล่าวขอบคุณหลังจากให้บริการ) (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) และข้อพนักงานขายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.65) ตามลำดับ

ตาราง 26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความรวดเร็วในการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ			
1. พนักงานขายมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ	3.81	0.61	พอใจ
2. พนักงานขายให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	3.84	0.65	พอใจ
รวม	3.82	0.51	พอใจ

จากตารางที่ 26 แสดงว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับพอใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคพอใจข้อพนักงานขายให้บริการได้อย่างรวดเร็วมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) และข้อพนักงานขายมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) ตามลำดับ

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านข้อมูลในการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านข้อมูลในการให้บริการ			
1. พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	3.72	0.77	พอใจ
2. พนักงานขายให้คำแนะนำได้อย่างเกินความคาดหวัง	3.49	0.65	เฉย ๆ
3. พนักงานขายมีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้า	3.62	0.71	พอใจ
4. พนักงานขายมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการขาย	3.75	0.67	พอใจ
5. พนักงานขายตอบคำถามได้อย่างถูกต้องและตรงประเด็น	3.80	0.67	พอใจ
รวม	3.82	0.51	พอใจ

จากตาราง 27 แสดงว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายหนังสือร้านซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านข้อมูลในการให้บริการโดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคพอใจ ข้อพนักงานขายตอบคำถามได้ถูกต้องตรงประเด็นมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) รองลงมา ข้อพนักงานขายมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการขายเท่ากับ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.75) ข้อพนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าอย่างถูกต้องแม่นยำ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.62) ตามลำดับ ส่วนข้อพนักงานขายให้คำแนะนำได้อย่างเกินความคาดหวัง ผู้บริโภคมีความพึงพอใจระดับเฉย ๆ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.45)

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในกรุงเทพมหานคร ในด้านความพร้อมของอุปกรณ์

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความพร้อมของอุปกรณ์			
1. พนักงานขายมีการเตรียมความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ให้บริการ (เช่น การเตรียมเอกสาร ปากกา สำหรับการรับสมัครสมาชิก)	3.83	0.77	พอใจ
2. พนักงานขายจัดและตกแต่งภายในร้านอย่างเป็นระเบียบ	4.22	0.69	พอใจ
3. พนักงานขายจัดและตกแต่งภายในร้านอย่างสวยงาม	4.05	0.70	พอใจ
รวม	4.03	0.54	พอใจ

จากตาราง 28 แสดงว่าค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อพนักงานขายของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์สาขาในกรุงเทพมหานคร ในด้านความพร้อมของอุปกรณ์โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับพอใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคพอใจข้อพนักงานขายจัดและตกแต่งภายในร้านอย่างเป็นระเบียบมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.22) รองลงมา ข้อพนักงานขายจัดและตกแต่งภายในร้านอย่างสวยงาม (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.05) ข้อพนักงานขายมีการเตรียมความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ให้บริการ (เช่น การเตรียมเอกสาร ปากกา สำหรับรับสมัครสมาชิก) (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83) ตามลำดับ

ตาราง 29 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายหนังสือร้านซีอีดีบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในกรุงเทพมหานคร ในด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย			
1. พนักงานขายมีความอ่อนน้อมถ่อมตนกับ ผู้บริโภคอย่างเท่าเทียมกัน	3.97	0.72	พอใจ
2. พนักงานขายมีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยน	4.02	0.65	พอใจ
3. พนักงานขายแสดงท่าทางที่เหมาะสม	3.95	0.60	พอใจ
4. พนักงานขายมีสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส	3.96	0.70	พอใจ
5. พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้บริโภค	3.91	0.66	พอใจ
6. พนักงานขายแต่งกายได้อย่างสุภาพเรียบร้อย	4.13	0.57	พอใจ
7. พนักงานขายแต่งกายได้อย่างเหมาะสม	4.23	0.61	พอใจ
รวม	4.02	0.45	พอใจ

จากตาราง 29 แสดงว่าค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของพนักงานขายร้านหนังสือซีอีดีบุ๊คเซ็นเตอร์ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับพอใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้บริโภคพอใจข้อพนักงานขายแต่งกายได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23) รองลงมาข้อพนักงานขายแต่งกายได้อย่างสุภาพเรียบร้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.13) ข้อพนักงานขายมีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยน (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.02) ข้อพนักงานขายมีความอ่อนน้อมถ่อมตนกับผู้บริโภคอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.97) ข้อพนักงานขายมีสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.96) ข้อพนักงานขายแสดงท่าทางที่เหมาะสม (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95) และข้อพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้บริโภค (ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.91) ตามลำดับ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวนาฏยา พิเดช
วัน เดือน ปีเกิด	24 พฤษภาคม 2512
สถานที่เกิด	อ.เมือง จ.อุดรธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	เอเวอร์กรีน วิล ทาวเวอร์ 22/310 ถ. บางนา-ตราด กม.5 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	พนักงานขายโฆษณา ฝ่ายวารสาร
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ซีอีดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2528	มัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสตรีราชินูทิศ จ.อุดรธานี
พ.ศ.2531	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอุดรพิทยานุกูล จ.อุดรธานี
พ.ศ.2535	การศึกษาระดับบัณฑิต (เทคโนโลยีทางการศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
พ.ศ.2546	การศึกษาระดับบัณฑิต (จิตวิทยาการแนะแนว) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร