

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษา
เครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

สารนิพนธ์ของ
ของ
นายอานนท์ ใจศรีตระกูล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตุลาคม 2545

ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๒๕๘.๘๓๔๓

๐๖๔๓๗

๕, ๓

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษา
เครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

บทคัดย่อ

ของ

นายอานนท์ ใจศรีตระกูล

๒๒ ต.ค. ๒๕๔๕



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตุลาคม ๒๕๔๕

๗ ๑๕๒๐๖๓

อานนท์ ใจศิริตระกูล.(2545). ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ใน 4 ด้านคือ ด้านการติดต่อและนัดหมาย ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านคุณภาพงานบริการ ด้านเงื่อนไขการให้บริการ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความมีเชื่อถือในความมีชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท) ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ที่มีอยู่ ระยะเวลาในการใช้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการในช่วงเวลารับประกัน ตลอดจนรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยการเลือกตัวอย่างแบบง่าย(Simple Random Sampling) จำนวน 250 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว(One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบรายคู่ โดยวิธี Scheffe'

ผลการวิจัยพบว่า

1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มี อายุ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความเชื่อถือในความมีชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท) ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ระยะเวลาในการใช้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการในช่วงเวลารับประกัน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า และด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
4. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการติดต่อและนัดหมาย มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

OPERATION OFFICERS' SATISFACTION TOWARDS THE LARGE
AIR CONDITIONER"TRANE" MAINTENANCE SERVICE OF PRIME AIR LTD.

AN ABSTRACT
BY
MR. ARNON JAISRITRAKUL

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Marketing
at Srinakarinwirot University
October 2002

Arnon Jaisritrakul. (2002). *Operation officers' Satisfaction Towards The Large Air Conditioner "Trane" Maintenance Service of Prime Air Ltd.* Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakarinwirot University. Advisor : Assist. Prof. Supee Limthai.

The purpose of this research was to study operation officers' satisfaction towards the Large Air Conditioner "Trane" Maintenance Service of Prime Air Ltd. in four aspects: contact and appointment, Details of service and price, service quality and service condition. It was compared officers' satisfaction towards the Large Air Conditioner "Trane" Maintenance Service of Prime Air Ltd. by grouping operation officers under following classifications: age; education background; occupation; trust in the manufacture; trust in image of the company; trust in size of the organization (company); frequency of calling for the service; number of large air conditioners "Trane"; the length of time of using the service; consistency of the service during warranty; It also includes the suggestions from operation officers

The samples of this research were 250 operation officers who use Large Air conditioner "Trane" Maintenance Service of Prime Air Ltd. A questionnaire was constructed and used as a tool for collecting data. Percentage, mean, standard deviation, t-test and One-way Analysis of Variance were statistical method for analyzing data. If there was statistical significance difference, it will be tested pair difference by Method of Scheffe'.

The research result revealed that :

1. Operation officers' satisfaction was at a moderate level in all aspects and each aspect.
2. There was no statistical significance difference for the satisfaction towards Large Air Conditioner "Trane" Maintenance Service for overall aspects and each aspect from the operation officers with different age; trust in manufacture; trust in image of the company; size of organization (company); frequency of calling for service; number of large air conditioners "Trane"; length of time of using the service; consistency of the service during warranty.
3. There was no statistical significance difference for the satisfaction towards Large Air Conditioner "Trane" Maintenance Service for overall aspects from the operation officers with different education background. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance difference level at .01 for the aspect of details of service&price. Others showed no statistical significance difference.
4. There was no statistical significance difference for the satisfaction towards Large Air Conditioner "Trane" Maintenance Service for overall aspects from the operation officers with different occupation. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance difference level at .05 for the aspect of contact&appointment. Others showed no statistical significance difference.

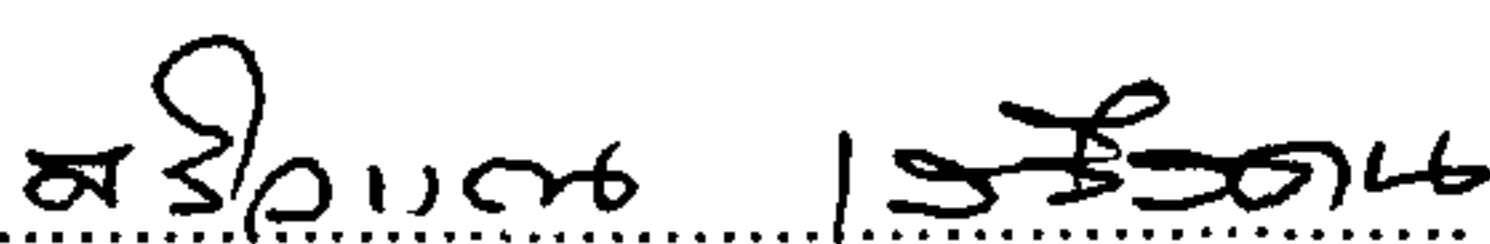
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



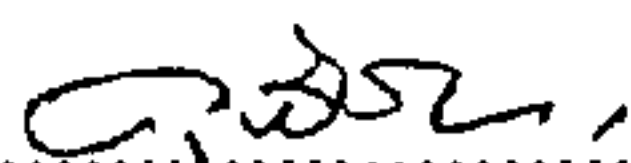
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



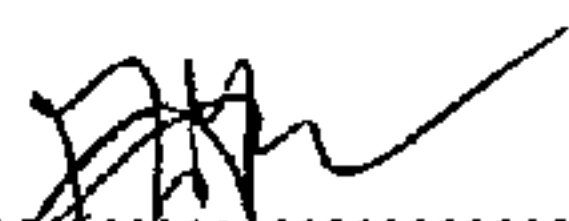
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

ประธาน



(อาจารย์ ญัฎฐา ประดิษฐสุวรรณ)

กรรมการ



(อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง)

กรรมการ

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ 31 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2545

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเนื่องจากผู้วิจัยได้เข้ารับการศึกษาลัทธิสัทธาปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยการสนับสนุนจากผู้เกี่ยวข้องหลายท่าน จึงใคร่ขอกล่าวขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนสนับสนุนผู้วิจัยตลอดมา

กราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย และกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตน อาจารย์กาญจนากรวี อนันต์อักษรกุล และอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

กราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปากเปล่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง ที่กรุณาชี้แนะข้อผิดพลาด และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขที่ถูกต้องสำหรับงานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้อบรมสั่งสอนให้เป็นคนดี ขยัน อดทน ซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และมอบโอกาสการศึกษาเป็นวิชาความรู้ติดตัวจนปัจจุบัน

ขอขอบพระคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ จากบริษัทไพรม์แอร์ จำกัด และนิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดทุกท่าน ในการช่วยเหลือสนับสนุนข้อมูล และให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของ บิดา มารดา ญาติ ๆ บุรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

ท้ายนี้ ขอจารึกคุณงามความดีที่ทุกท่านได้ช่วยเหลือไว้ในความทรงจำตลอดไป

อานนท์ ใจศรีตระกูล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดทฤษฎี.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับการคาดหมาย.....	22
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทไพรม์แอร์ จำกัด.....	30
ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ.....	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	32
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	32
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	63
	สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	63
	ผลการศึกษาค้นคว้า.....	67
	อภิปรายผล.....	71
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	76
	บรรณานุกรม.....	78
	ภาคผนวก.....	81
	ภาคผนวก ก.....	82
	ภาคผนวก ข.....	89
	ภาคผนวก ค.....	92
	ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	94

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความเชื่อต่อในความมีชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อในขนาดขององค์กร(บริษัท) ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีอยู่ ระยะเวลาในการใช้บริการกับทางบริษัท ความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการ ในช่วงเวลาประกัน.....	38
2	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อให้บริการบำรุงรักษา เครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น".....	41
3	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศ ขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ด้านการติดต่อและนัดหมาย.....	42
4	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศ ขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา.....	43
5	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศ ขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ด้านคุณภาพงานบริการ.....	44
6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศ ขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" เจอนไขการให้บริการ.....	45
7	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศ ขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" จำแนกตามอายุ.....	46
8	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" ที่มีอายุต่างกัน.....	47
9	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น"ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	48
10	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" ที่มีอาชีพต่างกัน.....	49
11	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น"ที่มีความเชื่อต่อในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัทต่างกัน.....	50
12	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศ ขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" จำแนกตามความเชื่อต่อในความมีชื่อเสียงของบริษัท.....	51
13	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" ที่มีความเชื่อในความมีชื่อเสียงของบริษัทต่างกัน.....	52

บัญชีตาราง(ต่อ)

หน้า

ตาราง		หน้า
14	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทรนน"ที่มีความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท)ต่างกัน.....	53
15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรนน" จำแนกตามความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน.....	54
16	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทรนน"ที่มีความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือนต่างกัน.....	55
17	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรนน" จำแนกตามจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ."เทรนน" ที่มีอยู่.....	56
18	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทรนน"ที่มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรนน"ที่มีอยู่ต่างกัน.....	57
19	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรนน" จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการกับทางบริษัท.....	58
20	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทรนน" ที่มีระยะเวลาในการใช้บริการกับทางบริษัท"ต่างกัน.....	59
21	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทรนน"ที่มีความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการในช่วงเวลาพักผ่อนต่างกัน.....	60
22	เป็นการรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรนน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด.....	61

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

นับตั้งแต่เทคโนโลยีการปรับอากาศได้เริ่มกำเนิดขึ้นมา ใน พ.ศ. 2445 โดย Dr. Willis Hauiland Carrier บิดาแห่งระบบปรับอากาศ ผู้ริเริ่มค้นสร้างสรรค์ระบบปรับอากาศและประดิษฐ์เครื่องปรับอากาศได้สำเร็จเป็นเครื่องแรกของของโลกแล้วนั้น เป็นการสร้างปรากฏการณ์แก่มนุษยชาติ ในการควบคุมภูมิอากาศ โดยสามารถปรับให้อากาศในบริเวณที่กำหนดมีอุณหภูมิสูงขึ้น หรือต่ำลง เพื่อเพิ่มความรู้สึกสบายแก่ผู้อยู่อาศัยในบริเวณต่างๆของโลก

สำหรับประเทศไทยซึ่งมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น เหมาะสมกับเครื่องปรับอากาศ(Air Conditioner)ที่ปรับอากาศให้เย็นลง ในขณะที่กลุ่มประเทศในเขตภูมิอากาศหนาวต้องการเครื่องทำความร้อน(Heater) เพื่อช่วยให้อุณหภูมิในที่พักอาศัยอบอุ่นขึ้น

ประเทศไทยมีผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศหลายรายเช่น ยอร์ค แกริเยร์ เทรน ไดกิน มิตซูบิชิ ฯลฯ ซึ่งดำเนินการแข่งขันทางด้านตลาดอย่างรุนแรงจนกระทั่งทำให้เครื่องปรับอากาศกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับที่อยู่อาศัย สำนักงาน โรงแรม โรงพยาบาล อาคารทั่วไป โรงงาน ฯลฯ ทั้งนี้ ระบบปรับอากาศยังเติบโตตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วย ดังจะเห็นได้จากเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ เช่นคอมพิวเตอร์ ต้องมีการปรับอากาศที่เหมาะสมต่อการใช้งาน หรือการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น IC หรือ Conductor จำเป็นต้องผลิตในที่ที่ปรับอุณหภูมิให้ต่ำ

สิ่งที่แข่งขันกันในเรื่องเครื่องปรับอากาศ นอกจากจะเน้นเรื่องคุณภาพ และเทคโนโลยีต่างๆ เช่นการเดินสาย การประหยัดไฟ ความทนทาน หรือความสวยงามแล้ว ยังมุ่งเน้นการแข่งขันในด้านการบริการหลังการขาย เช่น การบำรุงรักษาเครื่อง การจำหน่ายอะไหล่ การรับประกันคอมเพรสเซอร์ ฯลฯ, ในกรณีที่ลูกค้าต้องการบุคคลให้เข้ามาดูแลเครื่องปรับอากาศของตนเอง โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนและราคาสูงมาก จำเป็นจะต้องใช้ผู้มีความรู้และทักษะ ลูกค้าจะมีการเรียกใช้บริการบำรุงรักษา(Maintenance)กับผู้ติดตั้งหรือศูนย์บริการเจ้าของผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศนั้น เพื่อตรวจสอบเครื่องปรับอากาศเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายขึ้น (Preventive Maintenance)หรือ ซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศที่เกิดการชำรุดสึกหรอ(Repairing Maintenance)ให้กลับสภาพดีดังเดิม หรือ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเครื่องปรับอากาศให้สามารถทำงานได้โดยมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ผลเสียของการที่เครื่องปรับอากาศทำงานได้ไม่เต็มที่หรือไม่สามารถทำงานได้นั้น ถ้าเป็นในแง่ของการปรับอากาศเพื่อความสบายของมนุษย์ก็จะสร้างความเดือดร้อน ไม่สบายตัว เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน ,หรือในแง่ของการปรับอากาศเพื่ออุตสาหกรรม ก็จะทำให้สินค้าในสายการผลิตได้รับความเสียหายได้ ดังนั้นเครื่องปรับอากาศควรจะต้องมีความพร้อมและสมบูรณ์สำหรับการทำงานเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ซึ่งมีกลไกค่อนข้างซับซ้อน มีความจำเป็นอย่างยิ่งต้องได้รับการบำรุงรักษาเป็นประจำ

ในส่วนของผู้ให้บริการนั้น ต้องเร่งทำยอดขาย, กำไร เพื่อความอยู่รอดขององค์กร ซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างอย่างมากในการบริการบำรุงรักษาของเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ระหว่างบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้ให้บริการรายย่อยทั่วไป โดยคุณภาพการบริการที่ดีและราคาที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญที่สิ่งที่ผู้ให้บริการต้องตระหนักอยู่เสมอ, การบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจจนกระทั่งเกิดการซื้อซ้ำ(แต่บริษัทยังคงมีกำไร) จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในงานด้านการบริการ โดยทั่วไปการศึกษาความพึงพอใจมักนิยมศึกษากันในสองประเด็น คือความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน และความพึงพอใจในการใช้บริการ ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการ

ศึกษาในประเด็นของความพึงพอใจในการใช้บริการซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบำรุงรักษาให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัย สนใจที่จะศึกษาปัญหาต่างๆ ในการบริการซึ่งเป็นส่วนของผู้ใช้บริการ โดยจะศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ใน 4 ด้าน
 - 1.1 ด้านการติดต่อและนัดหมาย,
 - 1.2 ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา
 - 1.3 ด้านคุณภาพงานบริการ
 - 1.4 ด้านเงื่อนไขการให้บริการ
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ทั้ง 4 ด้าน โดยจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความเชื่อถือในความมีชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท) ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเนื่อง จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่”เทรน”ที่มีอยู่ระยะเวลาในการใช้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการได้รับบริการในช่วงเวลาเวลารับประกัน
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการวิจัยที่ได้จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ”เทรน”ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการความพึงพอใจต่อการให้บริการมากยิ่งขึ้นซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของการแข่งขันในตลาด

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้จะศึกษาถึงความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ”เทรน” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยจะเน้นศึกษาความพึงพอใจใน 4 ด้าน

- 1.ความพึงพอใจในด้านการติดต่อและนัดหมาย
- 2.ความพึงพอใจในด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา
- 3.ความพึงพอใจในด้านคุณภาพงานบริการ
- 4.ความพึงพอใจในด้านเงื่อนไขการให้บริการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ที่เป็นเจ้าหน้าที่แผนกวิศวกรรม/ ช่อม บำรุงของอาคาร/โรงงานอุตสาหกรรม/หน่วยงานราชการทั่วทุกแห่งในประเทศไทยที่เคยใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด จำนวน 610 ราย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึงเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ที่เป็นเจ้าหน้าที่แผนกวิศวกรรม/ ช่อม บำรุง ของอาคาร/โรงงานอุตสาหกรรม/หน่วยงานราชการทั่วทุกแห่งในประเทศไทยที่เคยใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบง่าย(Simple Random Sampling) โดยทำการพิจารณากลุ่มตัวอย่างจากประชากร 610 ราย โดยพิจารณาจากตารางของ ทาโร ยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 24 ; อ้างอิงจาก Taro Yamane. n.d.) โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 236 ราย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดีขึ้น จึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 250 ราย

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ(Independent Variable)

1. อายุ
 - 1.1 ไม่เกิน 35 ปี
 - 1.2 36 – 45 ปี
 - 1.3 46 ขึ้นไป
2. ระดับการศึกษา
 - 2.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 2.2 ปริญญาตรีขึ้นไป
3. อาชีพ
 - 3.1 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 3.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/กิจการส่วนตัว
4. ความเชื่อถือเป็นความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท
 - 4.1 ใช่
 - 4.2 ไม่ใช่

5. ความเชื่อถือในควมมีชื่อเสียงของบริษัท
 - 5.1 น้อย
 - 5.2 ปานกลาง
 - 5.3 มาก
6. ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท)
 - 6.1 เล็ก/ปานกลาง
 - 6.2 ใหญ่
7. ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน
 - 7.1 น้อยกว่า 1 ครั้ง
 - 7.2 1-2 ครั้ง
 - 7.3 3 ครั้งขึ้นไป
8. จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” ที่มีอยู่
 - 8.1 1 เครื่อง
 - 8.2 2 เครื่อง
 - 8.3 3 เครื่อง
 - 8.4 4 เครื่อง
9. ระยะเวลาการใช้บริการกับบริษัท
 - 9.1 1-2 ปี
 - 9.2 3-4 ปี
 - 9.3 5-6 ปี
 - 9.4 7 ปีขึ้นไป
10. ความสม่ำเสมอในการได้รับบริการในช่วงเวลารับประกัน
 - 10.1 สม่ำเสมอ
 - 10.2 ไม่สม่ำเสมอ

ตัวแปรตาม(Dependent Variable)คือความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ซึ่งสามารถแบ่งความพึงพอใจในด้านต่างๆได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจในด้านการติดต่อและนัดหมาย
2. ความพึงพอใจในด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา
3. ความพึงพอใจในด้านคุณภาพงานบริการ
4. ความพึงพอใจในด้านเงื่อนไขการให้บริการ

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. เครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ หมายถึง เครื่องทำน้ำเย็น(Water Chiller)ในระบบปรับอากาศ ซึ่งจะทำให้ความเย็นให้แก่น้ำธรรมดาเสียก่อน แล้วจึงใช้น้ำอุณหภูมิต่ำนี้ไปทำความเย็นให้แก่อากาศภายในอาคาร/โรงงานอุตสาหกรรม/หน่วยงานราชการ อีกทอดหนึ่งจึงมีลักษณะของการทำความเย็นทางอ้อม ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

1.1 ประเภทที่ระบายความร้อนด้วยอากาศ(Air-Cooled) ลักษณะของงานที่ใช้เครื่องแบบนี้ จะเป็นลักษณะของงานที่มีความต้องการความเย็นไม่มากนัก(มักไม่เกิน 500 ตันความเย็น) ซึ่งต้องการความสะดวกในการติดตั้ง และต้องการลดภาระการดูแลรักษา หรือจะใช้ในโครงการที่ขาดน้ำ หรือน้ำไม่มีคุณภาพพอจะมาใช้ระบายความร้อนของเครื่องได้

1.2 ประเภทที่ระบายความร้อนด้วยน้ำ(Water-Cooled) ลักษณะของงานที่ใช้เครื่องแบบนี้ จะใช้ในโครงการที่มีขนาดใหญ่ และมีความต้องการความเย็นมาก อย่างไรก็ตามการเลือกใช้ระบบนี้จะต้องมีหอระบายความร้อน(Cooling Tower) และต้องมั่นใจว่ามีน้ำเพียงพอ มีคุณภาพเหมาะสมกับการนำมาเติมที่หอระบายความร้อน(Cooling Tower)

2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ หมายถึงเจ้าหน้าที่แผนกวิศวกรรม/ซ่อมบำรุง ที่ทำหน้าที่ดูแลรักษาและใช้งานเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ในอาคาร/โรงงานอุตสาหกรรม/หน่วยงานราชการนั้นๆ

3.ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นในทางบวก ตลอดจนปฏิกิริยาตอบสนองของลูกค้าต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ ."เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ในด้านการติดต่อและนัดหมาย, ในด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา, ในด้านคุณภาพงานบริการ, ในด้านเงื่อนไขการให้บริการ

3.1 การติดต่อและนัดหมาย หมายถึงความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการเกี่ยวกับ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ความมีอัธยาศัยดีและกิริยาจาสุภาพ ความสนใจในการรับฟังและซักถามปัญหาความสามารถในการตอบข้อซักถามหรือแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ความสามารถในการให้ข้อมูลเบื้องต้น การนัดหมายวันเวลาในการเข้าตรวจสอบสภาพเครื่องปรับอากาศ

3.2 รายละเอียดการให้บริการและราคา หมายถึงความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการเกี่ยวกับ รายละเอียดที่เจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเสนอต่อเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการก่อนการให้บริการ ได้แก่ ระยะเวลาในการรอคอยใบเสนอราคา ความถูกต้องและชัดเจนของใบเสนอราคา การอธิบายรายละเอียดต่างๆในใบเสนอราคา การแจ้งระยะเวลาที่ใช้ในการบริการ การชี้แจงล่วงหน้ากรณีมีการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่าย(ราคา) ราคาต่ำแรงและอะไหล่ ส่วนลดค่าแรงและอะไหล่ ระยะเวลาในการรอคอยอะไหล่ ระยะเวลาในการยืนยันราคาค่าบริการ เงื่อนไขในการชำระเงิน

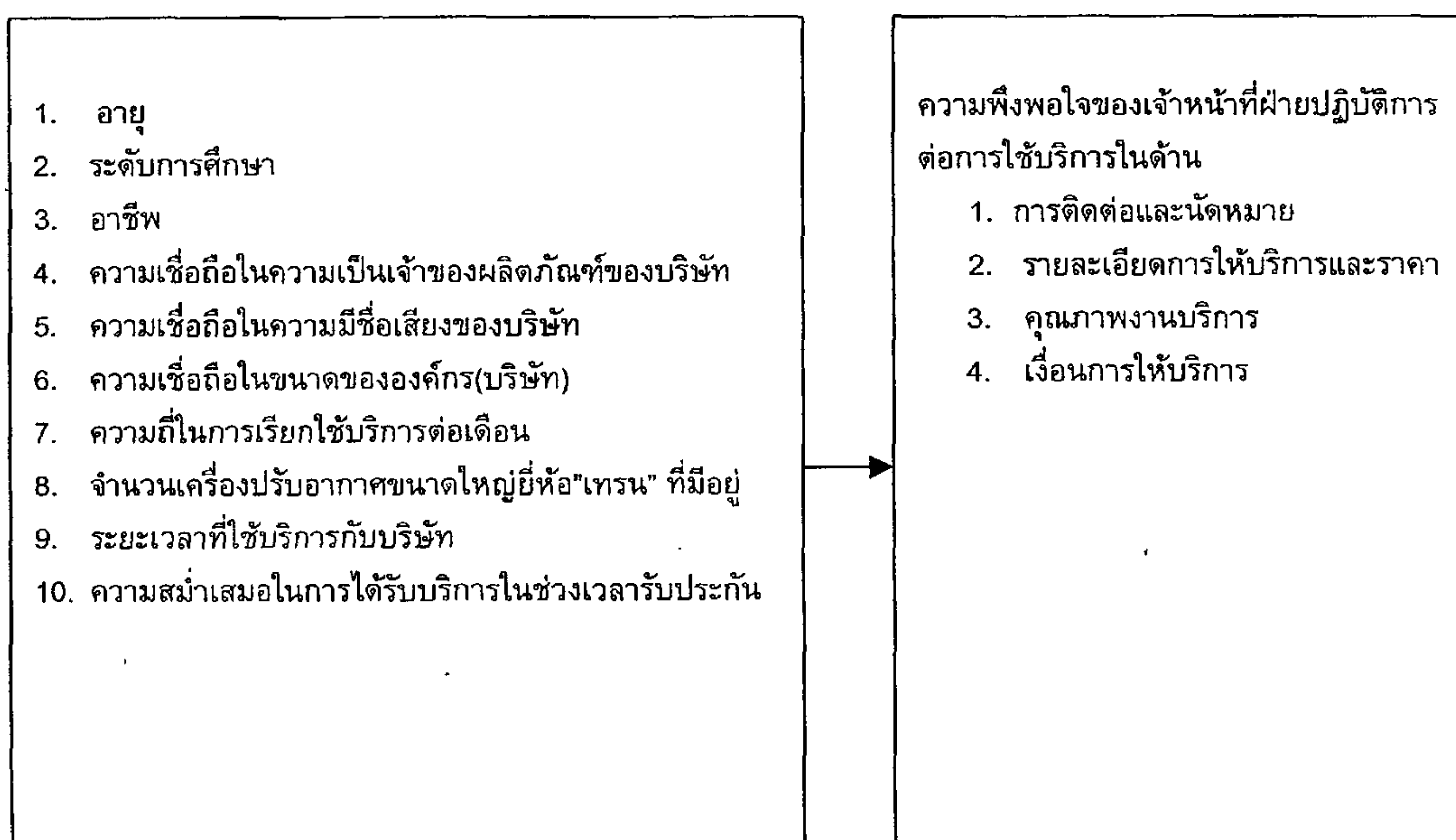
3.3 คุณภาพงานบริการ หมายถึงความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการเกี่ยวกับ ผลลัพธ์ของงานบริการที่เจ้าหน้าที่ของบริษัทได้ให้บริการ ได้แก่ การแจ้งล่วงหน้าก่อนเข้าบริการ การตรงต่อเวลาในการนัดหมาย ความมีอัธยาศัยดีและมีกิริยาจาสุภาพ การปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่ที่เข้าบริการ ความพร้อม ความถูกต้องและเหมาะสมของแผนงานการบริการ มาตรฐานของขั้นตอนและวิธีการให้บริการ มาตรฐานของเครื่องมือในการให้บริการ ความสามารถในการแก้ปัญหาให้จบในการบริการครั้งเดียว ความถูกต้องและสมบูรณ์ในใบรายงานผลการบริการ ความรวดเร็วในการให้บริการและเสร็จตามกำหนดเวลา ความสะอาดเรียบร้อยของเครื่องปรับอากาศก่อนส่งมอบงาน ประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศหลังรับบริการ คุณภาพของงานเมื่อเทียบกับราคา ความถูกต้องและชัดเจนของข้อเสนอแนะในการใช้งานและบำรุงรักษา

3.4 ด้านเงื่อนไขการให้บริการ หมายถึงความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการเกี่ยวกับเงื่อนไขการให้บริการที่ทางบริษัทต้องทำการตกลงทำความเข้าใจกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการก่อนเข้าบริการ ได้แก่ ความชัดเจนในการระบุขอบเขตงานบริการ การสนองความต้องการในด้านวันและเวลาที่จะเข้าบริการ ความเหมาะสมของระยะเวลาการรับประกันผลงานการบริการ ความสมเหตุสมผลในการเคลม(Claim)อะไหล่สำหรับงานบริการของเครื่องที่ยังอยู่ในประกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ(Independent Variable)

ตัวแปรตาม(Dependent Variable)



สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย แบ่งออกเป็น.

- 1.เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 2.เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือเป็นชื่อเสียงของบริษัทที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือเป็นขนาดองค์กร(บริษัท)ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 7.เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 8.เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่“เทรน”ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 9.เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทรน”กับทางบริษัท ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
10. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการได้รับความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทรน”ในช่วงเวลาประกันที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัยโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อใช้ประกอบในการทำงานและช่วยชี้นำทิศทางในการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ที่เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาประเด็นในการนำเสนอภายในหัวข้อหลักดังนี้

1.แนวคิดทฤษฎี

- 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
- 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
- 1.4 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ
- 1.5 แนวคิดเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์
- 1.6 แนวคิดเกี่ยวกับการคาดหวัง

2.ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทไพรม์แอร์

4.ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ

1.แนวคิดทฤษฎี

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจมีแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1.1.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจนิยมศึกษากันในสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในมิติหลัง สำหรับการศึกษความพึงพอใจในการรับบริการมีแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้จำนวนมากตัวอย่างเช่น การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อบริการของกรุงเทพมหานคร (คณะพัฒนาสังคมและสมาคมพัฒนาสังคม. 2538 : 1/3 – 1/8) ได้รวบรวมความเห็นเชิงค่านิยมและขอบข่ายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

วรุณ(วสันต์ กระโจมทอง. 2538 : 28; อ้างอิงจาก Vrocm.n.d.) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

แมคโคมิก(วสันต์ กระโจมทอง. 2538 : 28;อ้างอิงจาก Mccomic.n.d.) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ ที่ต้องอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

ดอลตัน(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 28; อ้างอิงจาก Dalton.n.d.) กล่าวว่า ทศนคติหมายถึงความรู้สึกของคนใดคนหนึ่งว่าชอบหรือไม่ชอบในบุคคล สิ่งของ หรือสภาพแวดล้อมที่เขาเข้าไปเกี่ยวข้อง

วอลิสเตน(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 28; อ้างอิงจาก Wallestein.n.d.) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End-State in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

โวลแมน(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 28; อ้างอิงจาก Wolman.ม.ป.ป.) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Want) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

ดิเรก ฤกษ์หรรษา(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 28; อ้างอิงจาก ดิเรก ฤกษ์หรรษา.ม.ป.ป.) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

วิมลสิทธิ หยางกูร(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 28;อ้างอิงจาก วิมลสิทธิ หยางกูร.ม.ป.ป.) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับ ความหมายของสภาพแวดล้อมค่าความรู้สึก ของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

ชรีณี เดชจินดา(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 29;อ้างอิงจาก ชรีณี เดชจินดา.ม.ป.ป.) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลง หรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

เชลรี่(วสันต์ กระจ่างทอง: 2538 : 29; อ้างอิงจาก Shelly.n.d.) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีกดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

กมล ชูทรัพย์ และเสถียร เหลืองอร่าม (2516 : 522-553) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้คนพอใจในการบริการประกอบด้วย

- 1.ผู้ใช้บริการ ได้รับคำตอบแทนจากการให้บริการคุ่มกับมาใช้บริการ
- 2.ลักษณะการให้บริการผู้ใช้บริการบางคน เห็นว่า การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมสำคัญกว่าการบริการจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย
- 3.ผู้ใช้บริการได้รับการยกย่องนับถือ หรือความเคารพจากผู้ให้บริการ
- 4.ผู้ใช้บริการมีโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในธุรกิจที่ใช้บริการ เพราะผลตอบแทนจากการใช้บริการ
- 5.ประชาธิปไตยจากการใช้บริการ คือ ผู้ใช้บริการมีโอกาสแสดงความคิดเห็น หรือมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการบริการ

6.ความมีระเบียบในการบริการ

กู๊ด(Good.973 : 13) ให้ความหมายของคำว่า พึงพอใจต่อการให้บริการ หมายถึง คุณภาพ สภาพ หรือระดับความพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการให้บริการ (อ้างอิงในวรรณ. 2537 : 23-24)

ฮอปปอดด์(วรรณ จันทรวงษ์. 1996 : 24;อ้างอิงจาก ฮอปปอดด์.ก.ด.) มีความเห็นว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นเป็นผลรวมของสภาพการณ์ด้านจิตวิทยา ด้านกายภาพ และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสาเหตุให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สมิท(วรรณ จันทรวงษ์. 1996 : 24; อ้างอิงจาก สมิท.ก.ด.) กล่าวว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นผลทางจิตวิทยา สรีระวิทยา และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ

มอร์ส(วรรณ จันทรวงษ์. 1996 : 24; อ้างอิงจาก มอร์ส.ก.ด.) ได้ให้ความหมายได้ว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดถ้ามีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ ซึ่งความตึงเครียดนั้นมีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ ถ้ามนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการได้

กู๊ด (Good. 1973 : 320) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึงสภาพหรือระดับความพอใจที่เป็นผลมาจากความสนใจและทัศนคติของบุคคล

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะ ได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

จากที่กล่าวมาข้างต้นแม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ต่างๆ กันไปแต่พอสรุปได้ร่วมกันว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในเชิงการประเมินค่าซึ่งจะเห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้เกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

1.1.2แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคตินั้นมีผู้ศึกษากันอย่างกว้างขวางแต่มีผู้แยกแยะให้เห็นองค์ประกอบด้านต่างๆ (วสันต์ กระโจมทอง.2538 : 29)ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นลักษณะทางความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคล องค์ประกอบทางความรู้สึกนี้มี 2 ลักษณะคือความรู้สึกทางบวก ได้แก่ ชอบ พอใจ เห็นใจ และความรู้สึกทางลบ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ กลัวรังเกียจ

2.องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive Component) คือการที่สมองของบุคคล รับรู้ และวินิจฉัยข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับ เกิดเป็นความรู้ ความคิดเกี่ยวกับวัตถุ บุคคลหรือสภาพการณ์ขึ้น องค์ประกอบทางความคิดเกี่ยวข้องกับการพิจารณาที่มาของทัศนคติออกมาว่าถูกหรือผิด ดีหรือไม่ดี

3.องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่มาของทัศนคติหรือแนวโน้มที่จะปฏิบัติในเรื่องนั้นๆ ไร้นั่นเอง

ดังนั้นความพึงพอใจ จึงเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ กล่าวโดยสรุปแล้วความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (Reactionary Feeling) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulant) ที่แสดงผลออกมา (Yield) ในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้าย (Final Outcome) ของกระบวนการประเมิน (Evaluative Process) โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมิน (Direction of Evaluative Result) ว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก (Positive Direction) หรือทิศทางลบ (Negative Direction) หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉยๆ (Non-Reaction) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

1.2.1 ความหมายและขอบข่าย

ในแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการนี้มีผู้ศึกษาไว้จำนวนมากดังนี้ (คณะพัฒนาสังคมและสมาคมพัฒนาสังคม 2538 : 1/3 – 1/8)

ปฐุม มณีโรจน์ (วสันต์ กระจมทอง. 2538 : 30; อ้างอิงจาก ปฐุม มณีโรจน์.ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของการบริการสาธารณะว่าเป็นการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ 6 เพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายนี้จึงเป็นการพิจารณาการให้ บริการว่าประกอบด้วยผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

เวอร์มา(วสันต์ กระจมทอง. 2538 : 30; อ้างอิงจาก Verma.n.d.) ได้พิจารณาการให้บริการสาธารณะว่าเป็นกระบวนการให้บริการซึ่งมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัตร โดยระบบการให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นได้เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากร และผลิตการบริการได้เป็นไปตามแผนงานและการเข้าถึงการรับบริการจากความหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบ (System Approach) ที่มีการมองว่าหน่วยที่มีหน้าที่ให้บริการใช้ปัจจัยนำเข้า (Inputs) เข้าสู่กระบวนการผลิต (Process) และออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการ (Outputs) โดยทั้งหมดจะต้องเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ดังนั้นการประเมินผลจะช่วยให้ทราบถึงผลผลิต หรือการบริการที่เกิดขึ้นว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร ซึ่งจะเป็นข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เป็นปัจจัยนำเข้าต่อไปด้วยเหตุนี้ระบบการให้บริการจึงมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

แวง(วสันต์ กระจมทอง. 2538 : 31; อ้างอิงจาก Wang.n.d.) ได้พิจารณาการให้บริการสาธารณะว่าเป็นการเคลื่อนย้ายเรื่องที่ให้บริการจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเพื่อให้เป็นไปตามที่ต้องการด้วยเหตุนี้ทำให้เขามองการบริการว่ามี 4 ปัจจัยที่สำคัญคือ (1) ตัวบริการ (Service) (2) แหล่งหรือสถานที่ที่ให้บริการ (Sources) (3) ช่องทางในการให้บริการ (Channels) และ (4) ผู้รับบริการ (Client Groups) จากปัจจัยทั้งหมดดังกล่าว เขาจึงให้ความหมายของระบบการให้บริการว่าเป็นระบบที่มีการเคลื่อนย้ายบริการอย่างคล่องตัว ผ่านช่องทางที่เหมาะสม จากแหล่งให้บริการที่มีคุณภาพไปยังผู้รับบริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งจากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการให้บริการนั้นจะต้องมีการเคลื่อนย้ายตัวบริการจากผู้ให้บริการผ่านช่องทางและต้องตรงตามเวลาที่กำหนด

แมคคอลลอช(วสันต์ กระจมทอง.2538 : 31;อ้างอิงจาก Mccullough.n.d.) มีความเห็นว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ หน่วยงานที่ให้บริการ (Service Delivery Agency) บริการ (The Service) ซึ่งเป็นประโยชน์ที่หน่วยงานที่ให้บริการได้ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ (The Service Recipient) โดยประโยชน์หรือคุณค่าของบริการที่ได้รับนั้น ผู้รับบริการจะตระหนักไว้ในจิตใจ ซึ่งอาจสามารถวัดออกมาในรูปของทัศนคติก็ได้

กิลเบิร์ตและเบิร์คเฮด(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 31; อ้างอิงจาก Gilbert and Birkhead.n.d.) มองว่าการให้บริการสาธารณะมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1) ปัจจัยนำเข้า (Inputs) หรือทรัพยากรอันได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

2) กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ (Process) ซึ่งหมายถึง วิธีการที่จะใช้ทรัพยากร

3) ผล (Results) หรือผลผลิต (Outputs) ซึ่งหมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากมีการใช้ทรัพยากร และ

4) ความคิดเห็น (Opinions) ต่อผลกระทบ (Impacts) ซึ่งหมายถึงความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณา โดยใช้แนวคิดเชิงระบบที่มีการมองว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่การให้บริการนำปัจจัยนำเข้า เข้าสู่กระบวนการผลิต และออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการเช่นเดียวกับแนวคิดของ บีเอ็ม เวอร์มาอย่างไรก็ตาม จากความหมายดังกล่าว มีประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่ง ก็คือ การมองในแง่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังการให้บริการ ซึ่งสามารถวัดได้จากความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อระบบการให้บริการ

ประยูร กาญจนดุล(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 32; อ้างอิงจาก ประยูร กาญจนดุล.ม.ป.ป.)ได้กล่าวถึงแนวคิดของการให้บริการสาธารณะดังนี้

1)บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจการ หรือในความควบคุมของรัฐ

2)บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน

3)การจัดระเบียบและวิธีดำเนินการบริการสาธารณะ ย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอเพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย

4)บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอ ไม่มีการหยุดชะงักถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใดๆ ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อนหรือได้รับความเสียหาย

5)เอกชนย่อมมีสิทธิ์ที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 32; อ้างอิงจาก เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์.ม.ป.ป.)ได้ให้ความหมายของการบริการสาธารณะว่าการที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจจะเป็นของรัฐหรือเอกชนมีหน้าที่ ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวมมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วน

1) สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ

2) ปัจจัยที่นำเข้าหรือทรัพยากร

3) กระบวนการและกิจกรรม

4) ผลผลิตหรือตัวบริการ

5) ช่องทางการให้บริการ

6) ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

จากการพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะข้างต้น แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการให้บริการสาธารณะนั้นคือ การสร้างความพอใจให้เกิดแก่ผู้รับบริการ ดังนั้น การที่จะวัดว่าการให้บริการสาธารณะบรรลุเป้าหมายหรือไม่วิธีหนึ่งคือ การวัดความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่มีความสามารถสนองต่อความต้องการของประชาชนได้หรือไม่เพียงใด อย่างไร

ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจนั้น สามารถพิจารณาได้จากแนวคิดเกี่ยวกับหลักการของการให้บริการสาธารณะ ดังนี้

มิลเลส(วสันต์ กระจมทอง, 2538 : 33; อ้างอิงจาก Millett.n.d.) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทาง คือ

1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึงความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2) การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at The Right Geographical Location) มิลเลทเห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์สาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

เวอร์มา(วสันต์ กระจมทอง, 2538 : 33; อ้างอิงจาก Verma.n.d.) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งขึ้นกับการเข้าถึงบริการ ซึ่ง Pen Chansky และ Thomas (1961) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการดังนี้

1) ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการขอรับบริการ

2) การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ต้องการเดินทาง

3) ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่าให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก

4) ความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

5) การยอมรับคุณภาพบริการ (Acceptability) ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

เวเบอร์(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 34; อ้างอิงจาก Weber.ม.ป.ป.)ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การจะให้บริการมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุดคือการให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสันใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลัก เกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

กุลธน ธนาพงศธร(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 34; อ้างอิงจาก กุลธน ธนาพงศธร.ม.ป.ป.)กล่าวว่า หลักการให้บริการได้แก่

1) หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2) หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3) หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4) หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการ จะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

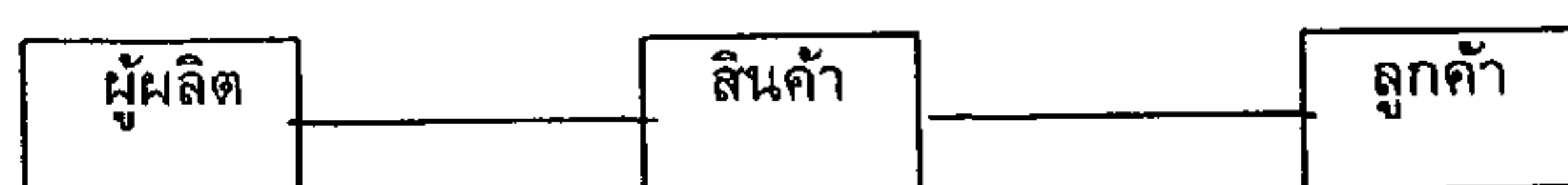
5) หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไป ในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบายสิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

ปริญญ์ เวสารัชช์(วสันต์ กระจ่างทอง. 2538 : 34; อ้างอิงจาก ปริญญ์ เวสารัชช์.ม.ป.ป.)จำแนกองค์ประกอบหรือสาเหตุที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมระหว่างการติดต่อของผู้ให้บริการและผู้รับบริการออกเป็น 3 ประเภท คือ องค์ประกอบที่เกิดจากตัวเจ้าหน้าที่องค์กรเององค์ประกอบด้านผู้รับบริการ และองค์ประกอบที่เกิดจากสภาพการติดต่อ ซึ่งองค์ประกอบที่เกิดจากสภาพการติดต่อที่ออกมาย่อมมีผลสะท้อนออกมาในรูปความพึงพอใจหรือการกระทำ ซึ่งจะส่งผลย้อนไปหาเจ้าหน้าที่องค์กรและองค์การเอง

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

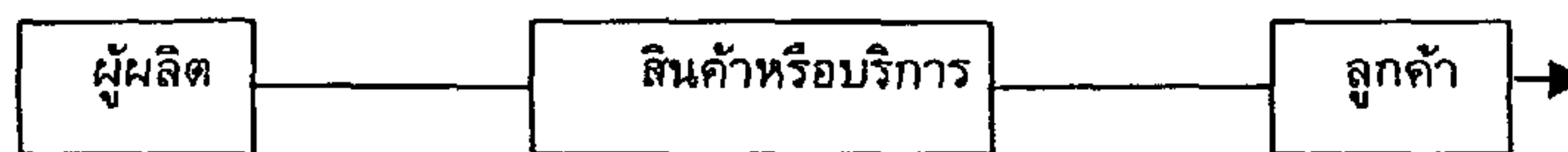
1.3.1 ความหมายของคุณภาพบริการ

1.ความหมายแบบเก่า (Narrow Idea) คือ ทำผลิตภัณฑ์หรือบริการเหนือมาตรฐาน (Standard)



ความหมายแบบเก่า คุณภาพ = มาตรฐานสินค้า

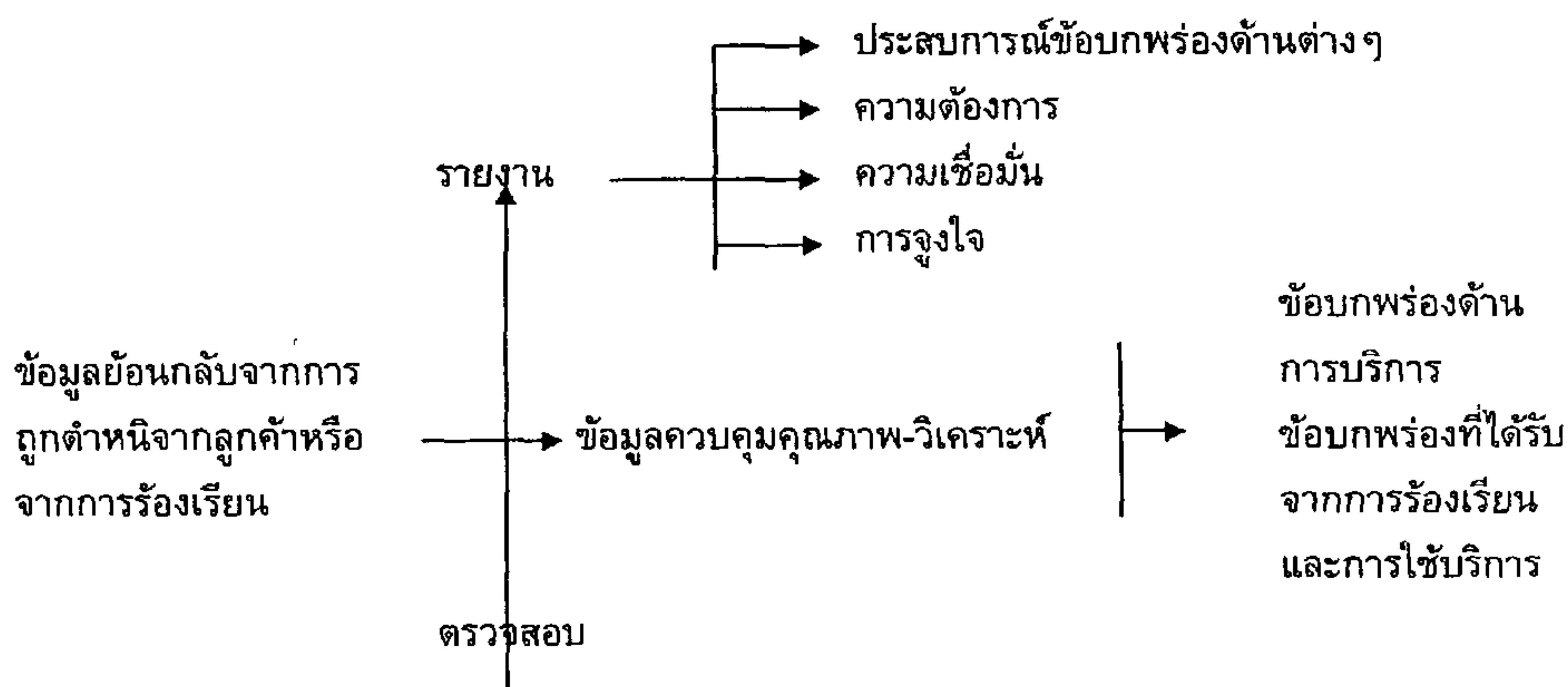
1. ความหมายแบบใหม่คือ ความพอใจของลูกค้า หรือผู้ใช้ สิ่งที่ใช้กันอย่างเหมาะสม (Modern Idea)



คุณภาพ = ความพึงพอใจของลูกค้า

ทั้งนี้เพราะองค์การธุรกิจตั้งขึ้นมาก็เพื่อผลิตสินค้า และบริการออกขายให้ได้ผล และกำไรคุ้มกับเงินที่ลงทุนไป การที่สินค้าและบริการจะขายได้จนมีกำไรสูงสุด ก็ต้องมีคุณภาพ คือ ทำให้ลูกค้าพอใจในทุกๆ ด้าน หากการบริการในด้านหนึ่งด้านใดไม่ดี ไม่มีคุณภาพ ส่วนแบ่งของตลาดถูกคู่แข่งอื่นที่บริการดีกว่าแย่งไปจึงจำเป็นจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อสนองความพอใจของลูกค้า และจะต้องกระทำอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพราะระดับความพอใจของลูกค้า นั้น มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นและแปรเปลี่ยนตามค่านิยมอยู่ตลอดเวลา การที่จะทำให้บริการเป็นที่พอใจ จึงจำเป็นต้อง มีการนำความต้องการของการให้บริการมาพิจารณา เพื่อนำไปปรับปรุงให้บริการตั้งแผนภูมิข้างล่าง

แสดงการใช้ประโยชน์จากการตรวจสอบคุณภาพบริการ



ภาพประกอบ 1

คุณภาพเกี่ยวกับการบริการ

นอกจากนี้ยังมีผู้สรุปว่า คุณภาพ หมายถึง ความพอใจของลูกค้า ผู้ใช้หรือ ผู้บริโภค หรือ
สิ่งที่ใช้อย่างเหมาะสม (สรศักดิ์ นานานุกุล. 2533 : 84)

1. ความรวดเร็วถูกต้อง
2. ความเชื่อถือ
3. ความต่อเนื่องของบริการที่ให้
4. ความเพียงพอของบริการที่ให้
5. ความปลอดภัยและทันสมัย

6. ความยุติธรรมและความเท่าเทียมกันของบริการที่ให้
7. รูปแบบการบริการที่ดี
8. ราคาบริการเหมาะสม

Parasurman, Zeithal และ Barry กล่าวว่าไว้ว่า การบริการที่ประสบความสำเร็จ จะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - 1.2 ความสม่ำเสมอ (Consistency)
 - 1.3 ความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. ความตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย
 - 3.1 สามารถในการให้บริการ
 - 3.2 สามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป
 - 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) คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย
 - 8.1 ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (Understanding)
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ให้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ
 - 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility)

10.1 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ

10.2 การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

10.3 การจัดสถานที่ให้บริการที่สวยงาม และสะดวก

1.4 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ

มาสโลว์ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ (Maslow's General Theory of Human Motivation) (Maslow, 1970 : 35-47) โดยมีสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการของมนุษย์ดังนี้

1) มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่ามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้จะไม่ที่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มต้นตั้งแต่เกิดจนตาย

2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองจะไม่ใช่สิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นเป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม

3) ความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้นตามลำดับความสำคัญ (Hierarchy of Need) คือ ความต้องการในระดับต่ำ ได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

3.1) ความต้องการปัจจัย 4 (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตได้แก่ อาหาร น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความ ต้องการเพศ

3.2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety of Security Need) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทางร่างกายแล้ว ความต้องการทางด้านจิตใจก็จะตามมา

3.3) ความต้องการมีส่วนร่วมในสังคม (Social Needs or Love Needs) ขั้นนี้เป็นความต้องการที่สูงขึ้น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมต้องการให้ผู้อื่นรักใคร่เห็นความสำคัญของตนและเป็นที่รู้จักของคนในสังคม

3.4) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง หรือได้รับยกย่องในสังคม (Esteem Needs or Status Needs) เป็นความต้องการที่ต้องเติบโตสูงขึ้นทั้งตำแหน่งหน้าที่การงานเพื่อควมมีชื่อเสียงมีหน้ามีตาได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม

3.5) ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดเพื่อให้ได้ทุกสิ่งทีปรารถนาเป็นความต้องการพิเศษซึ่งคนธรรมดาส่วนมากมักอยากได้แต่ไม่สามารถเสาะหาได้ ความพอใจในลักษณะดังกล่าวนี้มักมีลักษณะกว้างขวางมากและแตกต่างกันไปในแต่ละคน

มนุษย์มีความต้องการเหล่านี้อยู่ตลอดเวลาเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความต้องการอย่างอื่นมาแทนเป็นขบวนการที่ไม่สิ้นสุด ดังนั้นการที่จะกำหนดรูปแบบการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องรู้ให้เท่าทันว่าขณะนี้ เวลา นี้ ลูกค้ามีความต้องการอะไร เมื่อรู้จักทิศทางความพอใจของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของเขาได้ก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจตามมา

ฮัน(กัญญ์พิชญา ไผ่ศิริ. 2538 : 51; อ้างอิงจาก Hunt.n.d.) แบ่งความต้องการออกเป็นลำดับขั้น คือ

ขั้นที่ 1 ความสมดุลทางด้านร่างกาย (Physiological Balance) เป็นลำดับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค การพักผ่อน ฯลฯ เมื่อความต้องการขั้นนี้ได้รับการตอบสนอง จะเกิดความสมดุลขึ้น และคงที่อยู่ช่วงหนึ่ง หลังจากนั้นความต้องการลำดับขั้นอื่นก็จะตามมา

ขั้นที่ 2 ความปลอดภัย ความมั่นคง ด้านโครงสร้าง (Safety Security Strucetument) ลำดับความต้องการขั้นนี้จะเกี่ยวพันกับขั้นที่ 1 จนยากที่จะแยกออกจากกันได้ เป็นความต้องการทางด้านความปลอดภัย ความมั่นคงในการดำเนินงาน ระเบียบแบบแผน กฎเกณฑ์ การปฏิบัติงานต่างๆ

ขั้นที่ 3 ความสัมพันธ์ ความรัก ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Relationship, Love, Indentificaion) เป็นความต้องการที่จะมีลักษณะรักในการทำงานเพื่อผู้อื่นใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่ม เข้าสังคม เป็นที่ยกย่อง นับถือ และยอมรับจากผู้อื่น

ขั้นที่ 4 ความเชื่อมั่น ความสำนึกได้ อำนาจ ความเป็นที่นับถือ ความเป็นที่ยกย่องสรรเสริญ (Confidence, Recognition, Power Exteem) แยกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1)ความต้องการในส่วนของตนเอง คือ อำนาจ มีความเชื่อมั่นในความสามารถและความเป็นอิสระ

2)ความต้องการให้ผู้อื่นยอมรับความสำคัญ เป็นเรื่องของเกียรติยศฐานะของชื่อเสียง

ขั้นที่ 5 ความบรรลุสมปรารถนาทุกประการ ความเป็นตัวของตัวเองความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Self-Fulfilment, Atonomy, Creativity) เป็นความต้องการใช้เชิงอุดมคติเป็นความคิดฝันอันสวยงาม ซึ่งจะมีสูงมากในวัยหนุ่มสาว

1.5 แนวคิดด้านลูกค้าสัมพันธ์

เนื่องจากความสำคัญของสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่มีต่อยอดขายการพัฒนาทางด้านลูกค้าสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการขายในระยะยาวการจะสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ขายสินค้าหรือบริการและลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่มีค่าดังทอง ทั้งนี้เพราะค่าของมันอยู่ที่การเสาะแสวงหาได้ยาก เมื่อได้มาแล้วก็ยากที่จะรักษาไว้ดังความสวยของดอกไม้ที่ไม่มีมีความคงทน นอกจากนี้ยังมีผู้กล่าวอีกว่า สัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ขายมีพลังดังเครื่องยนต์เทอร์โบ ซึ่งยากที่จะสร้างขึ้นมได้ (ธีรศักดิ์ วรสุข. 2537 : 11;อ้างอิงจาก Foremen's Institute. 1963.n.d.) ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการกับผู้ขายหรือผู้บริการนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย แต่ผู้ประกอบการหรือพนักงานของบริษัทร้านค้าหรือองค์กรทางการขายต่างก็จะต้องได้รับการอบรมและชี้แจงให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสถาบันโพรเเมนส์ได้ให้แนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1.ผู้ประกอบการจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ และขณะเดียวกันก็ต้องกระทำตนให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการที่ทัศนคติที่ดีต่อผู้ขายหรือผู้บริการเช่นกัน การจะพูดอะไร ทำอะไร จะต้องทำด้วยความมั่นใจว่าจะไม่ก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบขึ้นกับการฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่สำคัญที่สุดพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการจะต้องสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นในตัวลูกค้าหรือผู้มารับบริการว่า บริษัทหรือองค์กรที่ลูกค้ามาทำธุรกิจนี้เป็นสถานที่ที่ดีที่สุด ให้บริการที่ดีที่สุด และน่าเชื่อถือมากที่สุด

2.พนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่างๆ จะต้องเป็นผู้มีความภูมิฐาน มีบุคลิกภาพที่ดี มีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยดูมีสง่าราศรีในทางปฏิบัติหรือในความเป็นจริงพนักงานที่ต้องพบลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจำเป็นที่จะต้องแต่งตัวให้เรียบร้อยสะอาดมากกว่าพนักงานที่ทำงานในส่วนที่ไม่ต้องติดต่อกับลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ

1) ในการติดต่อหรือให้บริการลูกค้านั้น เจ้าหน้าที่หรือพนักงานควรจะให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบว่าตนเองต้องทำอะไรบ้างจะต้องใช้เวลาอย่างน้อยเท่าใดมีพนักงานคนอื่นหรือไม่ที่ลูกค้าจะต้องพบหรือติดต่อด้วย ในการติดต่อหรือให้บริการนั้นจะต้องสร้างความรู้สึกว่าผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่มีความพร้อมและตั้งใจที่จะช่วยเหลือให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

2) เมื่อมีลูกค้าหรือผู้รับบริการเข้ามาติดต่อธุรกิจหรือขอรับบริการ พนักงานของผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและความสนใจแก่ลูกค้าทันที แม้ว่าในขณะนั้นอาจจะกำลังทำงานอื่นอยู่ก็ตาม การให้ความสนใจนั้นยังจะต้องรวมไปถึงความพยายามช่วยเหลือหรือบริการทันที

3) อย่าพยายามพูดหรือเน้นในสิ่งที่เป็นจุดเด่นของสินค้าหรือบริการกับลูกค้าประจำแต่ต้องพูดถึงหรือกล่าวถึงความสำคัญของตัวลูกค้าประจำที่มีต่อบริษัทหรือธุรกิจที่ประกอบอยู่

4) พยายามให้การช่วยเหลือหรือบริการบางสิ่งบางอย่างที่สามารถแก้ไขปัญหา หรือความต้องการของลูกค้าก็สามารถทำได้ การให้อะไรนอกเหนือจากสินค้า หรือบริการก็ได้รับตามปกติจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้า หรือผู้ให้บริการกับบริษัทที่ประกอบการ

5) ถ้าเกิดความล่าช้าในการส่งสินค้า หรือการให้บริการอันเนื่องมาจากเหตุขัดข้องบางประการ ที่มีได้คาดหมาย นับว่าเป็นการสูญเสียในทางธุรกิจอย่างมาก ซึ่งในสถานการณ์ เช่นนั้น ความเสียหายต่างๆ ยากที่จะแก้ไขหรือทำให้ลดน้อยลง แต่หนทางเดียวที่จะป้องกันความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้า หรือผู้ให้บริการที่มีต่อบริษัทก็คือการขออภัย และรับผิดชอบลูกค้า และอธิบายให้ทราบถึงสาเหตุให้ลูกค้าทราบ แต่ต้องไม่ลืมว่าทางบริษัทหรือผู้ประกอบการจำเป็นต้องป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนี้อีกในอนาคต

6) ในยามที่ลูกค้า หรือผู้ให้บริการมีความข้องใจหรือมีข้อสงสัยในเรื่องใด พนักงานหรือผู้ให้บริการจะต้องให้ความสนใจ และตอบคำถามโดยไม่มีการรีรอ หรือล่าช้า

7) ตอบหรืออธิบายหรือแก้ไขร้องเรียนของลูกค้าอย่างทันทีทันใด เช่นเดียวกับการไม่รีรอในการตอบคำถามข้อข้องใจ การไม่รับแก้ไขข้อร้องเรียนเป็นการสูญเสียทางธุรกิจ อันเนื่องมาจากการสูญเสียความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

8) ในยามที่ไม่สามารถให้สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการได้ อันเนื่องมาจากเหตุต่างๆ เช่น สินค้าหมด พนักงานของบริษัทผู้ประกอบการจะต้องให้ความช่วยเหลือลูกค้าให้ได้รับสินค้าหรือบริการจากที่อื่น ลูกค้าที่ได้รับความช่วยเหลือนี้อาจกลับมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการต่อไปในอนาคต การไม่ให้ความช่วยเหลือจึงเป็นการสูญเสียลูกค้าไปจำนวนหนึ่ง

กรอบแนวคิดที่กล่าวนี้ เป็นกรอบแนวคิดที่มองความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าหรือผู้ให้บริการกับผู้ขาย หรือผู้ให้บริการว่า เป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในบริการ ที่ได้รับซึ่งแนวความคิดที่กล่าวมานี้ เป็นแนวความคิดที่พัฒนามาตั้งแต่ทศวรรษ 1960 และประมาณ 35 ปี ที่ผ่านมานี้ แนวความคิดนี้ได้รับการพัฒนาไปบ้างจากกฎเกณฑ์ในการสร้างความพึงพอใจโดยผ่านความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่าง ฝ่ายผู้รับบริการกับฝ่ายผู้ให้บริการที่มีเพียง 10 ข้อ ได้พัฒนาเพิ่มเป็น 14 ข้อดังนี้ ฟรีแมนเทล(ธีรศักดิ์ วรสุข.2537:123-16;อ้างอิงจาก Freemantle.n.d.)

1) รักษาความสัตย์สุจริตที่ไว้ไว้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการในการประกอบธุรกิจใดๆ ก็ตามจะต้องมีการนัดหมายในการให้บริการต่างๆ เช่น บริการซ่อมหลังการขาย หรือบางครั้งถ้าสินค้าเป็นเรื่องของการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ถ้าผู้รับบริการมีปัญหาใดก็ตาม องค์การหรือผู้ประกอบการ จะต้องให้ความสนใจในการให้บริการ เมื่อมีการนัดหมายจะให้บริการเมื่อใดก็ตามองค์กรนั้นจะต้องทำการนัดหมาย หรือข้อตกลงนั้นโดยไม่บิดพลิ้ว และควรให้บริการอย่างรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างมีมิตรภาพ ด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม

แจ่มใส มีความนอบน้อมโดยไม่มีการบ่นถึงความเหนื่อยยาก หรือสิ่งเปลี่ยนแปลงต่างๆ การกระทำเช่นนี้ถือว่า เป็นกฎสำคัญข้อแรก ที่ผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นกฎเกณฑ์ให้บริการแก่ลูกค้า

2) ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในไม่เกิน 5 วินาที การตอบรับโทรศัพท์ ชาติถือว่าเป็นการทำลายภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของบริษัท ได้มีการวิจัย พบว่า เวลา 5 วินาที เป็นการที่ผู้โทรศัพท์จะมีความรู้สึกสามารถอดทนการรอคอยได้ดีที่สุด การปล่อยให้ลูกค้าที่ใช้บริการทางโทรศัพท์รอคอยเกิน 5 วินาที อาจมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อบริษัทและบริการนั้นๆ หรือลูกค้าอาจจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น

แนวความคิดในข้อนี้ เป็นแนวความคิด ของการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ ที่ต้องใช้โทรศัพท์ เป็นการสื่อสาร ซึ่งต่างจากแนวความคิดสมัยก่อน ซึ่งมีการใช้โทรศัพท์ในธุรกิจน้อย หรือไม่มีเลย

3) ตอบรับในเรื่องได้รับเอกสารหลักฐานต่างๆ ภายใน 2 วัน เอกสารบางอย่างที่ส่งมายังบริษัทอาจจะไม่จำเป็นต้องตอบ แต่ว่าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอใช้บริการหรือสอบถามบริการ หรือข้อแนะนำต่างๆ ที่มีต่อองค์กร ควรจะได้รับการตอบรับทันที การตอบอาจจะตอบในรูปจดหมาย โทรศัพท์ หรือบุคคลก็ได้ แต่ทั้งหมดนี้ควรจะได้แล้วเสร็จ ภายใน 2 วัน อาจจะมีเอกสารบางอย่างที่ไม่สามารถตอบได้ภายใน 2 วัน แต่ผู้ขาย หรือผู้ให้บริการจะต้องการตั้งเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะทำให้แล้วเสร็จเมื่อใด ในการตอบเอกสารต่างๆ เหล่านี้ เจ้าของหรือบุคคลที่อ้างถึงในจดหมายหรือเอกสารนั้น ควรเป็นผู้ตอบหรือมีลายเซ็นต์แสดงว่าได้ตอบ ไม่ใช่ให้ผู้อื่นตอบแทน

4) ไม่ควรให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอคอยนานเกิน 5 นาที การให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอคอยเป็นเวลานาน ก่อนที่จะมีผู้มาให้บริการ เป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้า หรือผู้รับบริการหลักความจริงข้อหนึ่งที่ควรยึดถือ คือ “เวลาเป็นเงินเป็นทอง” ดังนั้น การปล่อยให้ลูกค้ารอคอยเป็นเวลานานๆ เป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้า ลูกค้าก็จะมีความรู้สึกว่าบริการที่ตนได้รับนั้นมีราคาแพงทั้งๆ ที่มองไม่เห็นตัวเงินที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นการที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้รวดเร็ว จึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการ การจัดระบบนัดหมายให้ดีมีประสิทธิภาพจะเป็นมาตรการหนึ่งในการลดเวลาการรอคอยแต่ต้องระมัดระวังไม่ให้ลูกค้าต้องมารอคอยและมีการผิดเวลานัดหมายเป็นอันขาด

5) พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้งพนักงานจะต้องทำแบบให้เกียรติแก่ลูกค้า แสดงกิจกรรมารยาทเรียบร้อยอ่อนน้อมถ่อมตน มีความเป็นมิตรกับลูกค้าและต้องแสดงความสนใจในตัวลูกค้า มีผู้วิจัยพบว่ามีลูกค้าอยู่ประมาณ 1 เปอร์เซนต์ ที่แสดงกิจกรรมารยาทไม่เรียบร้อยหรือกร้าวร้าวต่อพนักงานหรือผู้ให้บริการ ซึ่งจำนวนนี้ จะถือว่าเล็กน้อย เมื่อเทียบกับลูกค้าอีก .99 เปอร์เซนต์ ที่สุภาพเรียบร้อย นอบน้อม แต่ในกฎ หรือแนวทางของการสร้างลูกค้าสัมพันธ์ที่ดี ลูกค้าจำนวน 1 เปอร์เซนต์นี้ ก็ควรจะได้รับการอย่างสุภาพและไม่ต้องแสดงอาการก้าวร้าวตอบ การมีทัศนคติที่ดีของพนักงานผู้ขาย หรือเจ้าหน้าที่ให้แก่ลูกค้าที่อาจผ่านสายตาที่มองดูลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ และคำพูดขอบคุณที่ให้แก่ลูกค้า สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงสิ่งเล็กน้อยที่ผู้ให้บริการจะสามารถให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ แต่เมื่อให้ไปแล้วพบว่ามีความดีใจอย่างมาก ในการดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

6) เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้น รีบไปหาลูกค้าผู้ให้บริการก่อนที่ผู้ซื้อสินค้า หรือผู้ให้บริการมาหาความผิดพลาดหรือบกพร่องบางประการ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ เช่น บริษัทได้ให้สัญญาแก่ลูกค้าว่าจะส่งมอบของให้ภายในเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือสัญญาว่าจะซ่อมสินค้าที่ซื้อไปให้เสร็จภายในเวลาที่นัดหมาย แต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากเหตุสุดวิสัย เช่น พนักงานซ่อมหรือพนักงานส่งของไม่มาทำงาน อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ หรือเหตุสุดวิสัยต่างๆ ในสถานการณ์เช่นนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะต้องรีบติดต่อและแจ้ง

ให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบก่อนที่จะมาพบหรือทราบว่าท่านไม่สามารถทำตามที่เขาคาดหวังไว้ การกระทำเช่นนี้ จะทำให้สถานการณ์ต่างๆ ไม่เลวลง และผู้ขายและผู้ให้บริการสามารถลดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้า หรือผู้รับบริการได้ ในปัจจุบันนี้ระบบการสื่อสารได้พัฒนาไปมาก การติดต่อกับลูกค้าหรือผู้รับบริการจึงเป็นสิ่งที่กระทำได้ง่าย โดยโทรศัพท์ หรือ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) หรือแม้กระทั่งโดยทางรถยนต์ จึงไม่มีเหตุผลอะไรที่จะไม่แจ้งให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการทราบล่วงหน้า

7) การติดต่อสื่อสารหรือเจรจาธุรกิจต่างๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย บริการจะต้องดำเนินอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์ต่อกันและกันอย่างเปิดเผย ตัวอย่างในเรื่องนี้ได้แก่การที่จะให้ลูกค้าทราบว่ามีการซ่อม หรือรับประกันอะไรบ้าง หลังจากการขายและจะต้องบอกด้วยว่าบริการนั้นมีข้อบกพร่องอะไรบ้าง มิใช่มุ่งพูดแต่ด้านดีเพียงเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า หรือเลือกใช้บริการ

8) ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ในที่นี้หมายถึงว่า ระบบการบริการต่างๆ จะต้องอยู่ในสภาพดี ทำงานได้ตลอดเวลา เช่น เครื่องรับโทรศัพท์ในห้องพักของโรงแรมหรือเครื่องทำน้ำอุ่น หรือลิฟท์ของโรงแรม จะต้องทำงานได้ตลอดเวลา จะต้องมีการตรวจสอบตลอดเวลา ถ้าเสียหรือไม่สามารถทำงานได้จะต้องรีบจัดการแก้ไข ในการให้บริการทางด้านธนาคารก็อาจหมายถึงว่า ระบบการส่งไปรษณีย์เงิน ไม่ว่าจะเงินฝาก หรือเงินกู้จะต้องถึงมือผู้รับอย่างรวดเร็ว ไม่ช้า หรือจำหน้าที่อยู่ผิดพลาด หรือแจ้งยอดผิดพลาด เป็นต้น ถ้าภาวะการณ์ทางด้านลบเหล่านี้เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากความไม่น่าเชื่อถือของระบบ ก็ย่อมมีภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อองค์กรหรือผู้ประกอบการ และที่สำคัญย่อมสร้างความไม่พอใจให้แก่ลูกค้า หรือผู้รับบริการ

9) การแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว ข้อนี้หมายถึงว่าไม่ควรให้มีความผิดพลาดในเรื่องเดียวกันเกิดขึ้นเป็นครั้งที่สอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าคนเดียวหรือผู้รับบริการรายเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ลูกค้าแจ้งว่ายอดเงินฝากผิดพลาด หรือสะกดชื่อ หรือนามสกุลผิดพลาด ธนาคารก็ยังไม่ได้แก้ไขปัญหานั้นทันที ยังสะกดชื่อหรือนามสกุลลูกค้าผิดพลาดเหมือนเช่นเดิม

10) พนักงานทุกคนในที่ทำงานจะต้องเป็นผู้รู้ คือรู้ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับงาน สินค้า และอื่นๆ Freemantle กล่าวว่า พนักงานทุกคนจะต้องรู้เรื่องดังต่อไปนี้

- 10.1) รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย (Know The Product)
- 10.2) รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้ (Know The Service)
- 10.3) รู้ข้อมูลหรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ (Know The Organization)
- 10.4) รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จลุล่วง (Know How To Get Thing Done)
- 10.5) รู้จักวิธีแก้ไขปัญหา (Know How to Get Problems Solved)
- 10.6) รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ (Know Regular Customers By Their Name)

11) พนักงานที่ต้องติดต่อทำงาน หรือให้บริการลูกค้าจะต้องเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจหรือตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยไม่ต้องเกรงกลัวฝ่ายบริหารจะตำหนิ พนักงานที่ทำงานในลักษณะนี้จะต้องไม่ผลักความรับผิดชอบไปให้ผู้อื่น หรือกล่าวว่าตนเองไม่มีอำนาจในการวินิจฉัยตัดสินใจเรื่องนี้ ขอให้ไปถามผู้อื่น หรือผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้ให้บริการที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องมีการเอาใจใส่ดูว่าลูกค้าที่ติดต่อกับตนได้รับการบริการ หรือตอบคำถามเป็นที่พอใจหรือยังแม้ว่าบางครั้งตนจะไม่ใช่นักบริการหรือผู้ตอบโดยตรงก็ตาม ตัวอย่างเช่น พนักงานประชาสัมพันธ์ที่ลูกค้ามาติดต่อถามหาฝ่ายสินเชื่อ พนักงานประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถพาไป หรือชี้ทางหรือนำไปหาบุคคลที่ลูกค้าต้องไปติดต่อดูแลและจะต้องมีความติดตามหรือซักถามลูกค้า

h 152063 Y.3

ว่าได้รับบริการที่ตนต้องการติดต่อแล้วหรือยัง ลักษณะเช่นนี้จะทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกว่าพนักงานทุกคนมีความพยายามที่จะสนองต่อความต้องการของตนเอง

12) ในสิ่งเล็กๆ น้อยๆ หรือบริการพิเศษเล็กๆ น้อยๆ ซึ่งหลักข้อนี้พบว่าในปัจจุบันมีผู้เห็นความสำคัญและมีการนำไปใช้กันมากเพื่อมุ่งสร้างทั้งความพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า ตัวอย่างเช่น การแจกหรือแถมเมื่อซื้อสินค้าภายในวงเงินหนึ่ง บางครั้งก็มีการให้ส่วนลดเป็นคูปองเพื่อไปซื้อหรือแลกซื้อสินค้าอื่นๆ ดังที่เราเห็นกันตามศูนย์การค้าต่างๆ ในประเทศและหลายๆ ประเทศ คำอธิบายหรือเหตุที่อยู่เบื้องหลังหลักปฏิบัติข้อนี้คือ มนุษย์ทุกคนจะมีความพึงพอใจถ้าหากรู้ว่าตนเองได้รับสิทธิพิเศษเหนือคนอื่น หรือได้รับความสนใจเป็นพิเศษ การให้จะให้เล็กๆ น้อยๆ นอกเหนือจากที่ได้ตามปกติ ทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการรู้สึกว่าตนเองเป็นบุคคลพิเศษกว่าคนอื่น

13) อย่างมองข้ามความสำคัญของรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ การมองข้ามสิ่งเล็กๆ น้อยๆ แม้ว่าส่วนสำคัญใหญ่ จะสมบูรณ์ก็อาจทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความรู้สึกแปลกแยกหรือขาดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการได้เช่นกัน ตัวอย่างของการผิดพลาดเล็กๆ น้อยๆ เช่น การสะกดชื่อลูกค้าผิดพลาด การทำสมุดบัญชีหรือแฟ้มลูกค้าหายไป หรือการขายสินค้าที่มีคุณภาพดีแต่ไม่ได้ตรวจตราความเรียบร้อยว่าสินค้ามีตำหนิทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าคุณภาพไม่ดี ไม่รับสินค้าที่สมบูรณ์

14) พยายามจัดสำนักงานและทุกอย่างในสำนักงานให้มีความสง่า การแต่งกายของพนักงานก็อาจจะต้องให้ดูเรียบร้อยสวยงาม มีสง่า แต่มีใช้แต่งตัวเหมือนกับประกวดแฟชั่นแบบดารา หรือนักแสดง กล่าวคือ ต้องมีความเหมาะสม หลักการข้อนี้เป็นเรื่องทางจิตวิทยาพื้นฐานที่ว่าผู้ใดก็ตามถ้ามองเห็นว่าสำนักงานนั้นไม่สวยงาม ก็จะตีความหรือมีความรู้สึกนึกคิดไปเองว่าบริการที่ให้นั้นคงจะมีคุณภาพไม่ดี ในทำนองเดียวกันถ้าเห็นพนักงานแต่งกายไม่สง่าก็นึกคิดไปเองว่าพนักงานผู้นั้นไม่มีความสามารถในการให้บริการที่ดี หรือมีคุณสมบัติอันเนื่องมาจากภูมิหลังที่ด้อย เป็นต้น

ในทางธุรกิจนั้นจะถือว่าตัวอาคารสำนักงานและการตกแต่งภายในอาคารสำนักงานให้ดูสง่าและสวยงามเป็นสิ่งจำเป็น ตัวอย่างเช่น ต้องรับแขกหรือลูกค้าที่มารอคอยการบริการจะต้องตกแต่งให้มีความสบายน่านั่ง ภายในตัวอาคารสำนักงานที่ใหญ่โตถาวร พนักงานก็แต่งเครื่องแบบที่ดูสวยงามและสง่า ทั้งนี้เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและต้องการสร้างความรู้สึกแก่ลูกค้า และผู้มาใช้บริการว่าสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างดี

1.6 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

สำหรับทฤษฎีความคาดหวังนั้น อธิบายความพอใจในแง่ที่ว่า ลูกค้าจะเกิดความพอใจก็ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่าการบริการนั้นๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งลูกค้าได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของบริการจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับ (ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความกระตือรือร้นในการบริการให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เครื่องมือบริการทันสมัย ความมีชื่อเสียงของสถาบันที่ให้บริการ) เป็นเช่นไร ลูกค้าจึงเลือกเอาการบริการที่น่าเอาผลลัพท์เหล่านี้มาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินการเปรียบเทียบผลลัพท์ต่างๆ ลูกค้าจะมีความรู้สึกถึงความพอใจที่เกิดขึ้น (Igen. 1980 : 396) ซึ่งทัศนะของแนวคิดนี้มาจากบุคคลหลายบุคคล เช่น แคมเบล บันแนท ลอร์เลอร์ และวิก (Lawler and Wick. 1970) วรูม (Vroom. 1964) Lawler and Porter

วรูม(อาร์ เพชรผุด. 2529 : 85; อ้างอิงจาก Vroom.n.d.) ได้เสนอทฤษฎีซึ่งเขาได้ทำการศึกษา และวิจัยมาตลอดทฤษฎีนี้กล่าวว่า "การกระทำเป็นผลของแรงจูงใจและความสามารถ แรงจูงใจก็ขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่บุคคลคาดว่าจะได้รับผลจากที่เขาได้ใช้ความพยายาม" จะว่าไปแล้ว ทฤษฎีนี้ก็คือทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy) ทฤษฎีนี้ประกอบด้วยส่วนใหญ่อ 2 ส่วน คือ ส่วนหนึ่งเป็นส่วนที่บุคคลสร้างค่านิยมของผลที่จะได้ (Value of Outcome) เช่นค่านิยมที่จะทำงานให้ดีที่สุดเป็นผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น แล้วผลที่จะเกิดขึ้นตามมาก็คือ ได้รับการยกย่องหรือได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น ส่วนที่สองของทฤษฎีก็คือ แรงจูงใจ (Motivation) แรงจูงใจจะเป็นตัวกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่จะก่อให้เกิดผลที่เป็นค่านิยมของส่วนที่หนึ่ง เช่น เมื่อบุคคลตัดสินใจจะสมัครงานเขาจะต้องการความคาดหวังว่า 1) อาจได้งานทำ 2) อาจไม่ได้งานทำ 3) อาจจะต้องไปให้เขาสัมภาษณ์ 4) อาจต้องวิ่งหาจดหมายเพื่อสนับสนุน และเอาระเบียบการ เริ่มไปแสดงตนในการตัดสินใจจะกระทำพฤติกรรมดังกล่าวนี้ เราจะต้องคิดว่าจะเลือกทิศทางไปทางไหน และพยายามประเมินพฤติกรรมที่จะแสดง จากทฤษฎีของ Vroom จะเห็นว่า ความคาดหวังเป็นแรงจูงใจจากภายนอก คือ คาดหวังที่จะได้รับรางวัล (อาร์ เพชรผุด. 2529 : 86; อ้างอิงจาก Lawler and Porter.n.d.) ได้นำแบบของ Vroom ไปศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จัดการฝ่ายบุคคล เขาพบว่า การกระทำ (Performance) หรือพฤติกรรมของบุคคลเหล่านี้ประกอบด้วยตัวแปร 3 อย่าง คือ ความสามารถ ความพยายาม และการรับรู้ เรื่องบทบาทของ Vroom พูดถึงเพียง 2 อย่าง คือ ความสามารถ กับความพยายาม Vroom ไม่ได้พูดถึงการรับรู้ ดังนั้น Lawler กับ Porter สรุปว่า การที่บุคคลรับรู้หรือเข้าใจการงานที่ตนกระทำอยู่นั้น เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง และเขายังได้เสนอแนะว่า การให้รางวัล (Reward) ควรจะสัมพันธ์กับความพยายาม (Effort) ที่บุคคลได้กระทำลงไป แนวคิดทฤษฎีนี้อยู่ที่ผล (Outcomes) ความปรารถนาที่รุนแรง (Violence) และความคาดหวัง (Expectaney) ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่าโดยทั่วๆ ไป ลูกค้าแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ (Probability) ก่อนข้างต้นชัดว่า หากความพึงพอใจของเขาเกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพ เขาก็จะใช้บริการนั้นตลอด เพราะเป็นผลลัพธ์ที่เขาปรารถนา ซึ่งหมายความว่า ความหมายนี้เกิดก่อนการบริการจึงสามารถเป็นเหตุนำไปสู่เหตุของการมาใช้บริการ เพราะพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจาก แรงผลักดัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการ และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความคาดหวังที่จะได้รับจากสิ่งจูงใจ (ชัยพร วิชาวุธ. 2524 : 153) ผลตอบแทนหรือผลลัพธ์ที่ได้จากการบริการที่มีคุณภาพ จะมีความสำคัญและจะเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมได้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

2. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชลี เหล่าธิติพงศ์ (2524 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพอใจในบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพอใจในบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการสาธารณสุข เนื่องจากศูนย์อยู่ใกล้บ้านจึงสะดวก ประหยัดเวลา อีกทั้งค่าบริการไม่แพง ส่วนความคิดเห็นต่อการปฏิบัติงานของแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่นั้น ผู้ใช้บริการเห็นว่า แพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ให้คำแนะนำ และอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ นอกจากนี้ การวิจัยดังกล่าวยังเป็นการศึกษาความเห็นในด้านการให้บริการอย่างกว้างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ซับซ้อน สำหรับผู้ที่สนใจต่อไปในอนาคต ซึ่งจะเห็นได้จากการศึกษาความเห็นเกี่ยวกับการแก้ไขบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ปรากฏว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการอยู่แล้ว

ในขณะนี้เหมาะสมดีอยู่แล้ว ซึ่งอาจจะเป็นเพราะผู้ใช้บริการที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการที่เสียในราคา ถูก หรืออาจจะเป็นเพราะระดับการศึกษาที่ค่อนข้างต่ำ ทำให้ผู้ใช้บริการไม่กล้าออกความคิด ยิ่งไปกว่านั้น นิสัยคนไทยมักจะเป็นคนเกรงใจผู้อื่น เมื่อได้รับบริการที่สะดวกพอสมควร จึงพอใจที่ได้รับเท่าที่ฝ่ายให้บริการ เสนอมาให้

สมพงษ์ เกษมสิน (2530 : 275-277) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลสำหรับความพอใจด้านบริการ พบว่า ความพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการมีความแตกต่างออกไปใน แต่ละบุคคล แต่ในส่วนรวมแล้ว ลูกค้า มีความพอใจที่เกิดการตอบสนองความต้องการอยู่คล้ายกัน ซึ่งในส่วนที่ คล้ายกันนั้น พอสรุปได้ดังนี้

1)ความมั่นคงทางธุรกิจ หมายความว่า การบริการที่สามารถทำให้ลูกค้ามีความเสี่ยงในทางธุรกิจน้อย ลง อาจเป็นการบริการด้านการให้คำปรึกษา แนะนำให้การดำเนินหรือทำธุรกิจ

2)การได้รับการยกย่องนับถือจากผู้ให้บริการ เช่น สนับสนุน ส่งเสริม สร้างขวัญกำลังใจในการดำเนิน ธุรกิจ ทั้งนี้ เพราะมนุษย์ต้องการยอมรับในฐานะเป็นส่วนหนึ่ง ของผู้มาใช้บริการ

3)การได้รับความเป็นธรรมและเสมอภาคจากการให้บริการ

4)ความนุ่มนวลและแนบเนียน การมีปิยะวาจาสุภาพเรียบร้อยความกระตือรือร้นในการบริการ เพื่อ ป้องกันไม่ให้ผู้มาใช้บริการเกิดความตึงเครียด ในขณะที่ใช้บริการเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดี

5)ความพอใจต่อสถานที่ใช้บริการ เช่น สภาพแวดล้อม ความสะอาด การบริการที่มีเครื่องมือที่ทันสมัย

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ (2533 : 185-192) ได้ทำการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารใน เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1)เหตุผลที่ผู้ใช้เลือกใช้บริการจากธนาคารบ่อยที่สุด เนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองลงมา คือ การจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคารและพนักงานธนาคารให้บริการดี ธนาคารมีหลายสาขา สะดวก ในการใช้บริการ และมีเครื่องบริการเงินด่วน ATM

2)การให้บริการส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการทางด้านเงินฝาก รองลงมา คือ ด้านสินเชื่อและด้าน ต่างประเทศ

3)ธนาคารผู้ใช้บริการชอบมากที่สุด 5 อันดับ คือ

3.1 ธนาคารกรุงเทพ

3.2 ธนาคารกสิกรไทย

3.3 ธนาคารไทยพาณิชย์

3.4 ธนาคารออมสิน

3.5 ธนาคารทหารไทย

สุทธิ บัณมา (2533 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการบริการของธนาคาร กสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2533 ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ความพึงพอใจต่อพนักงาน และการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ โดยรวม และในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคารเพียงด้านเดียวเท่านั้น ที่ ลูกค้าพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และประกอบอาชีพธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ามาประกอบอาชีพรับ ราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพอื่นๆ ในด้านพนักงานและการต้อนรับในด้านสถานที่ประกอบการ

และด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ส่วนในด้านความสะดวกที่ได้รับ และในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร ลูกค้านแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

พฤทธิสิทธิ์ บุญทัน (2536 : 47-50) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการลูกค้าที่มาใช้บริการ ที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2535 – พฤศจิกายน 2536 โดยศึกษาองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภูมิหลังของลูกค้า ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน และด้านบริการ ผลการวิจัยพอสรุปได้ดังนี้

ตัวแปรทางด้านอายุ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ กล่าวคือ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำ มีอายุมาก มีอาชีพเกษตร หรือค้าขาย มีความพึงพอใจในการบริการสูงกว่าลูกค้าที่มีลักษณะอื่น การพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว กับความพึงพอใจอาจถูกตีความหมายได้ว่า ทางธนาคารมีการเลือกปฏิบัติในการให้บริการกับลูกค้าแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ซึ่งในความเป็นจริงไม่น่าเป็นเช่นนั้น คำอธิบายอีกทางหนึ่งอาจจะได้แก่ ความแตกต่างในเรื่องความคาดหวังของแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ผู้ที่มีความคาดหวังในการบริการสูงย่อมยากที่จะเอาใจหรือทำให้พึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีความคาดหวังต่ำ

สมพร ตั้งสะสม (2537 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบริการทางการแพทย์ภายใต้ พ.ร.บ. ประกันสังคม พ.ศ. 2533 กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยอันใช้เงินจากการทำงาน กรอบแนวคิด ในการศึกษากำหนดดังนี้

1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการบริการทางการแพทย์และประกันการ ประเภตสถานพยาบาลที่ใช้บริการ ประเภทสถานประกอบการในกลุ่มผู้ประกันตน

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ประกันตน ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการบริการทางการแพทย์ ภายใต้ พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 กรณีเจ็บป่วยหรือประสบอันตรายอันมิใช่จากการทำงาน ซึ่งมีอยู่ 6 ด้าน คือ ความสะดวกที่ได้รับจากสถานพยาบาลความหลากหลายของการบริการอรรถาธิบายความสนใจของเจ้าหน้าที่ในสถานพยาบาล การให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเจ็บป่วยจากเจ้าหน้าที่ การยอมรับคุณภาพของการบริการ ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการประกันตนและมีสมมติฐาน เช่น

2.1) ผู้ประกันตนเพศหญิงมีความพึงพอใจในการขอรับบริการ ทางทางการแพทย์มากกว่าผู้ประกันตนเพศชาย

2.2) ผู้ประกันตนที่มีอายุมาก มีความพึงพอใจในการขอรับบริการทางการแพทย์มากกว่าผู้ประกันตนที่มีอายุน้อย

2.3) ผู้ประกันตนที่มีระดับการศึกษาต่ำ มีความพึงพอใจในการขอรับบริการทางการแพทย์มากกว่าผู้ประกันตนที่มีระดับการศึกษาสูง เป็นต้น

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ประกันตนอยู่ในระดับปานกลางส่วนเพศ อายุ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ

เมื่อผลการศึกษาออกมาเช่นนี้ ทำให้ไม่สามารถนำข้อค้นพบไปใช้เพื่อปรับปรุงงานได้เพราะแทนที่จะได้ข้อสรุปว่า ประชาชนส่วนใหญ่พอใจหรือไม่พอใจ บริการทางการแพทย์และที่พอใจหรือไม่พอใจนั้น เนื่องจากสาเหตุอะไร ซึ่งอาจมาจากเรื่องความสะดวกของการบริการความหลากหลายของการบริการ ฯลฯ ผลจากการมีปัญหาด้านกรอบแนวคิดนี้ทำให้งานวิจัยนี้ลุดคุณอย่างน่าเสียดาย

สมาคมพัฒนาสังคม (2538 : 1 – 5) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการของเขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร ได้มีข้อวิเคราะห์ว่า

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจในประเทศไทย จากข้อของความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ดังกล่าวมาแล้วได้นำไปสู่การมองเห็นปัญหาด้านทฤษฎีและการวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ความพึงพอใจในประเทศไทยในสองมิติดังกล่าวมาแล้วนั่นเอง คือ

1) การศึกษาความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่า โดยบุคลากรผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการทำงาน

2) การศึกษาความพึงพอใจในบริการ (Services Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่า โดยลูกค้าหรือผู้รับบริการต่อการจัดบริการ เรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือชุดของบริการที่กำหนดขึ้น

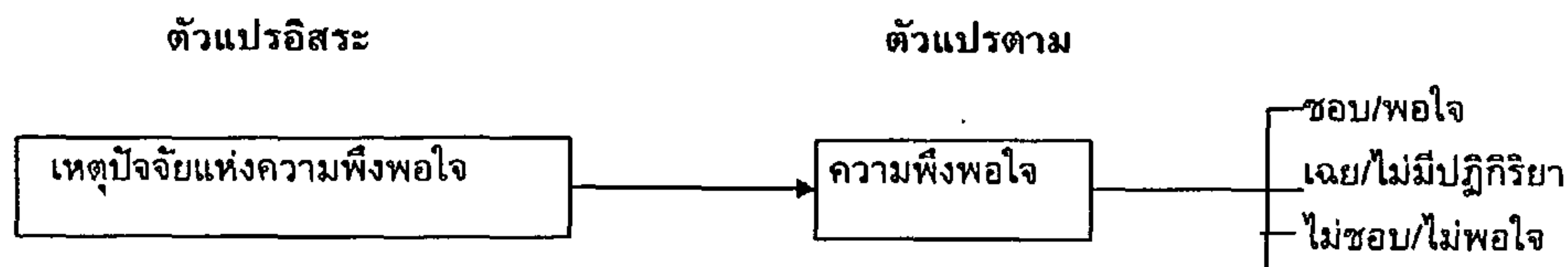
เป้าหมายของการศึกษาทั้งสองมิตินี้เป็นไป เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในระดับความพึงพอใจและค้นหาเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจในกลุ่มเป้าหมาย ที่แตกต่างกัน และต่อชุดของสิ่งเร้าที่แตกต่างกันด้วย

ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับงานวิจัยอยู่ที่การอธิบายตัวชี้วัดของความพึงพอใจ กล่าวคือ การศึกษาส่วนใหญ่อธิบายความพึงพอใจจากตัวชี้วัดที่ตัวบริการ (Service) กระบวนการบริการ (Process) และในพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Providers Behavior) ซึ่งสิ่งเหล่านี้น่าจะเป็นสาเหตุหรือปัจจัยของความพึงพอใจมากกว่าเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจ เพราะความพึงพอใจเป็นผลจากการประเมินค่า ของผู้รับบริการจากสิ่งเร้าภายนอกดังได้กล่าวแล้วนั่นเอง มิใช่เป็นตัวเร้าเร้า และเมื่อการศึกษาดังกล่าวกำหนดให้สิ่งเร้าเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจแล้ว จึงมักไปกำหนดปัจจัยส่วนตัวของผู้รับบริการเป็นปัจจัยเหตุหรือตัวแปรอิสระ เช่น เพศ อายุ การศึกษา ฯลฯ ตามแบบของการวิจัยที่เน้นการวัดพฤติกรรมโดยทั่วไป ดังนั้นการศึกษาวิจัยลักษณะนี้จึงมีปัญหายา่งน้อย 2 ประการ คือ

1. ความสับสนปะปนระหว่างตัวแปรเหตุกับตัวแปรผล

เนื่องจากความพึงพอใจ หมายถึง ปฏิกริยาด้านความรู้สึกที่มีต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้นเพราะฉะนั้น สิ่งเร้าจึงหมายถึง “งาน” หรือ “บริการ” การศึกษาระดับความพึงพอใจจึงหมายถึงต้องการทราบว่าบุคคลมีความรู้สึกเช่นไรต่องานนั้น หรือต่อบริการนั้น ซึ่งอาจจะชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ไม่มีความรู้สึกใด หรือเฉยๆ อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกสุดท้ายและท้ายสุดหลังจากที่บุคคลได้ประเมินแล้ว

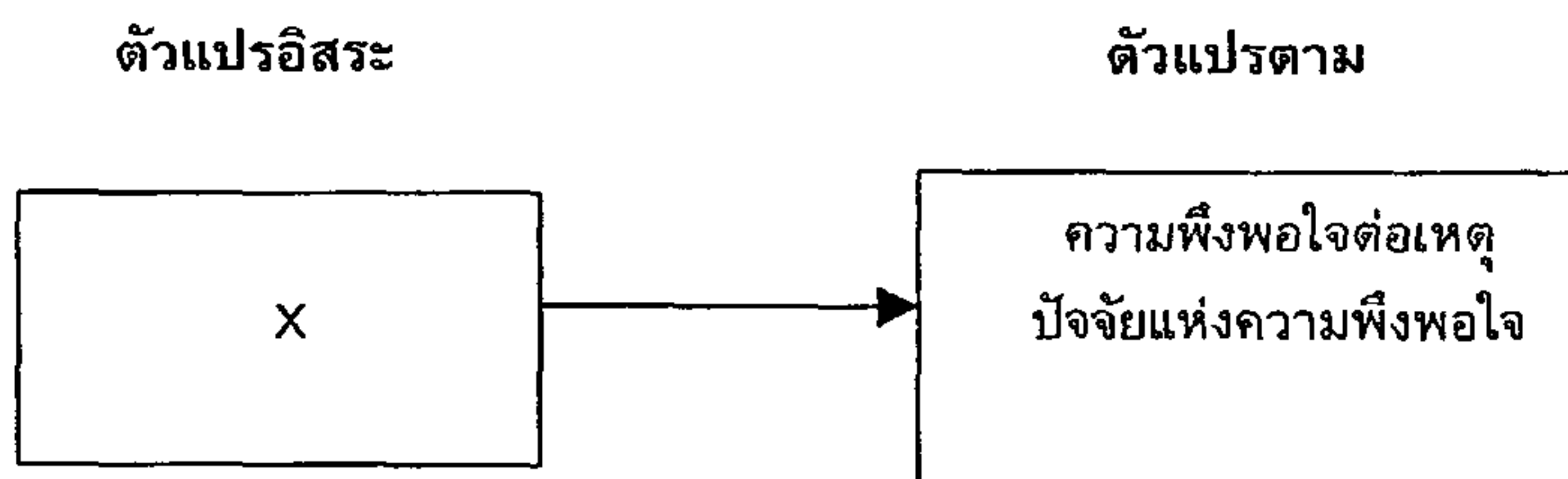
เมื่อทราบความรู้สึกที่เป็นผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินแล้วเป้าประสงค์ที่สองคือการค้นหาเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้นคือ หาสาเหตุของการมีความรู้สึกเช่นนั้น ว่าเป็นเพราะอะไรจึงพอใจ หรือไม่พอใจ . นั่นคือในกรอบแนวคิดในการศึกษาจะต้องกำหนดความพึงพอใจเป็นตัวแปรตามและเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจเป็นตัวแปรอิสระดังแสดงในแผนภาพต่อไปนี้



โดยทั่วไปในกรณีของความพึงพอใจในบริการ สาเหตุหรือปัจจัยแห่งความพึงพอใจอาจเป็นเรื่อง ความเสมอภาค ของบริการที่ได้รับความพึงพอใจทั่วถึงของบริการ ความสะดวกรวดเร็วของบริการ ฯลฯ ส่วน เรื่องความพึงพอใจในงาน สาเหตุที่ทำให้พอใจหรือไม่พอใจอาจเป็นเรื่อง ค่าจ้าง สวัสดิการ นโยบาย ของสถานที่ทำงาน ฯลฯ

แต่งงานวิจัยโดยส่วนใหญ่ ในประเทศไทยยังมีปัญหาในเรื่องความสับสนปะปนกันอยู่โดยสับสน ในลักษณะนำเหตุผลปัจจัยแห่งความพึงพอใจ เป็นตัวแปรแล้ววัดความพึงพอใจตามเหตุผลปัจจัยแต่ละประเด็น นั้น แล้วนำมาคิดคะแนนรวมความพึงพอใจต่อเรื่องหรือประเด็นที่ต้องการศึกษา

ปัญหาเรื่องความสับสนปะปนระหว่างตัวแปรสามารถสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



นอกจากนี้ปัญหาจากการกำหนดกรอบแนวคิดที่ผิดพลาดจะทำให้มีปัญหาลูกโซ่ต่อมาอีก คือ ปัญหาความไม่สมเหตุสมผล (Irrational) ของตัวแปรอิสระ ซึ่งจะได้กล่าวในประเด็นต่อไป

2. ความไม่สมเหตุสมผลของตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง กรณีความพึงพอใจตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ จากการค้นคว้างานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสังคมไทยเท่าที่ผ่านมา พบว่า ได้มีการนำตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพมาเป็นตัวแปรสาเหตุของความพึงพอใจเป็นหลัก

ในเชิงตรรกะ ตัวแปรเหล่านี้ หากได้เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับความพึงพอใจไม่ แต่เป็นตัวแปรที่จำแนกความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างให้เรารู้ เท่านั้น เช่น กรณีเพศกับความพึงพอใจเราก็จะรู้เพียงว่า เพศหญิง หรือ เพศชาย มีความพึงพอใจระดับใดใกล้เคียงกัน หรือแตกต่างกันกล่าวในเชิงศาสตร์ (Science) ตัวแปรเหล่านี้อยู่ในระดับการจำแนก (Classification) เท่านั้น ก็จะตอบคำถามว่า “เป็นอะไร” (What) เท่านั้น หากได้ตอบคำถามว่า “ทำไม” (Why) แต่อย่างใด ดังนั้นการนำตัวแปรเหล่านี้ เป็นตัวแปรการวิจัย หรือไม่ก็กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยที่ขาดความเข้าใจเชิงหลักเหตุผล แล้วใช้วิธีการกำหนดกรอบคิดตัวแปร และการสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลโดยวิธีลอกเลียนแบบของผู้อื่นที่ทำมาแล้ว และทำในลักษณะไม่เข้าใจ

ชัดเจน แต่งงานวิจัยดังกล่าวกลับถูกนำมาใช้เป็นตัวอย่างของการวิจัยต่อๆ กันมาและไม่สามารถนำไปแก้ไข ปัญหาการให้บริการได้อย่างเป็นจริงในเชิงปฏิบัติ

ยกตัวอย่าง เช่น หากเราพบว่า คนมีรายได้ต่ำมีความพึงพอใจสูงกว่าคนมีรายได้สูง เราย่อม ไม่อาจเปลี่ยนแปลงให้คนมีรายได้สูงกลายเป็นคนมีรายได้ต่ำ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจได้

นอกจากนี้การวิจัยเรื่องความพึงพอใจในงานบริการ เป็นการวิจัยที่มีเป้าหมายเพื่อนำผลการ วิจัยไปปรับปรุงงาน ดังนั้น เราจำเป็นต้องทราบถึงสาเหตุอันแท้จริง (Authentic Cause) ที่ก่อให้เกิดความพึง พพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เพื่อจะได้นำไปแก้ไขปัญหาปรับปรุงงานให้ตรงกับความรู้สึก ความต้องการของผู้รับ บริการอย่างแท้จริง และเพื่อให้เกิดความแจ่มชัดในประเด็นปัญหาดังกล่าว จึงยกตัวอย่างงานวิจัยที่มีปัญหา เกี่ยวกับกรอบคิดประกอบคำอธิบายโดยสังเขปดังนี้

นาวิ วีระชาณณรงค์ (บทคัดย่อ 2522 : 456-457) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝาก เกี่ยวกับการบริการของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ผู้ใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ มักประสบปัญหาต่างๆ กับธนาคาร ปัญหาที่สำคัญที่สุดได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแสดงออกของพนักงาน ธนาคารต่อการให้บริการเป็นสาเหตุใหญ่ทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความไม่พอใจ ส่วนปัญหารองลงไป ได้แก่ ระเบียบต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์ บางอย่างก่อความยุ่งยากต่อผู้ให้บริการมาก การวิจัยครั้งนี้นอกจากจะ ทราบปัญหาดังกล่าวยังปรากฏว่าสิ่งจูงใจที่ผู้ให้บริการนิยมมาก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยนี้ คือ ธนาคารต้องพัฒนาบุคลากรของธนาคารให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะด้านการแสดงออกต่อผู้ให้บริการ พนักงานจะต้องใช้ความเยือกเย็น การปรับปรุงข้อบังคับ ต่างๆ ต่อการให้บริการควรสะดวกมากขึ้น ธนาคารจะต้องปรับปรุงให้บริการฝาก-ถอน ได้ในทุกสาขา บริการ อีกประการหนึ่งที่น่าสนใจ คือ เพิ่มความปลอดภัยแก่ผู้ให้บริการที่จะฝากถอนเงินจำนวนมาก โดยธนาคารอาจ ส่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยแก่เงินฝาก หรือถอนเงินของผู้ใช้บริการ

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (คิวิ.ซี. เทคนิค 2524 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาและกำหนดปัจจัยที่มีผลต่อการให้ บริการและการบริหาร เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า คุณภาพนั้น ได้มีความหมายกว้างออกไป ไม่ใช่เฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพนั้น แต่หมายถึงการบริการที่มีคุณภาพและการทำงานที่มีคุณภาพด้วย คือ รวม ทั้ง Quality Service, Quality Work ซึ่งคุณภาพจะเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจของลูกค้า เช่น

1)คุณภาพด้านองค์กร คุณภาพจะมุ่งหลัก 5 ส. (นิวลุก : สะอาด สะดวก สะดงาม สุขลักษณะ สร้าง นิสัย)

2)ด้านพนักงาน คุณภาพจะมุ่งหลัก คิวิ.ซี. เพื่อพัฒนาพนักงาน พัฒนางาน พัฒนาการทำงานเป็น ทีม

3)ด้านการบริหาร (ตัวสินค้า) คุณภาพจะมุ่งหลักตอบสนองความต้องการทุกๆ ด้านทั้งทางกาย ทาง ใจ และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อความถูกต้อง และรวดเร็ว

จากเอกสารที่เกี่ยวข้องพอสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เกี่ยวกับการบริการ อย่างมีคุณภาพนั้นส่วนมากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการสนองความต้องการของมนุษย์อันเป็นผลมาจากค่านิยม ต่างๆ ด้านความเชื่อมั่นหรือเชื่อถือต่อองค์กร บุคลากร การบริการ(สินค้า) และมูลเหตุชักจูงใจในการนำมาซึ่ง การให้บริการ

อ้อยทิพย์ กองสมบัติ (2538 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเล็งนกทา และสาขามุกดาหาร ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1) เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคาร ในภาพรวมและในองค์ประกอบย่อยของความพึงพอใจการรับบริการ พบว่า ลูกค้าธนาคารฯ มีความพึงพอใจในการรับบริการ ในระดับสูงกว่าปานกลางเล็กน้อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการรับบริการในองค์ประกอบย่อยต่างๆ ในกลุ่มรวม พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการในองค์ประกอบด้านพนักงาน และการต้อนรับ มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ส่วนความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับมีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด

2) ลำดับองค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารฯ เรียงจากความพึงพอใจมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุดดังนี้

- 2.1) ด้านพนักงานและการต้อนรับ
- 2.2) ด้านสถานที่ประกอบการ
- 2.3) ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ
- 2.4) ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
- 2.5) ด้านความสะดวกที่ได้รับ

3) ด้านแปรมุขีหลังของลูกค้า อายุ รายได้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการ นอกจากนี้ลูกค้าเพศหญิงมีความพึงพอใจในการรับบริการสูงกว่าเพศชาย แต่ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า อาชีพลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ

รววิทย์ หงวนศิริ(2540 :บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการหลังการขายรถยนต์ ศูนย์บริการเบสท์ นวมินทร์(สุขาภิบาล 1) ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการหลังการขายของศูนย์บริการเบสท์ นวมินทร์(สุขาภิบาล 1) ในระดับสูงทุกด้าน ทั้ง 7 ด้าน โดยหากพิจารณาเป็นรายกิจกรรมพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับสูง 24 กิจกรรมบริการ คิดเป็นร้อยละ 80 และมีความพึงพอใจรองลงไประดับค่อนข้างสูง 6 กิจกรรมบริการ คิดเป็นร้อยละ 20

กิจกรรมดังกล่าวนี้ อยู่ในบริการด้านการซ่อมและตรวจเช็ค 4 กิจกรรม คือ 1) ความสะอาดภายในจากการตรวจซ่อม 2) การตรวจซ่อมตรงกับอาการที่เป็น 3) การตรวจเช็คระบบเครื่องยนต์ 4)การตรวจซ่อมระบบแอร์ และอยู่ในบริการด้านการชำระเงิน 2 กิจกรรม คือ 1) การออกไปสำคัญค่าบริการ และ 2) การแจ้งรายการซ่อม และค่าบริการ ซึ่งกิจกรรมบริการเหล่านี้ควรได้รับการแก้ไข

สำหรับสาเหตุความไม่พึงพอใจ ในกิจกรรมบริการที่พบ ผู้ตอบแบบสำรวจมีความไม่พึงพอใจ เรียงลำดับตามความสำคัญของสาเหตุดังนี้คือ 1) ยังมีบริการบางเรื่องขาดความพอเพียง ครอบคลุมและครบถ้วนตามรายการ และหรือกลุ่มลูกค้าต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง 2) ความไม่สะดวกในเงื่อนไขการขอรับบริการ 3) ขาดการพัฒนาการของระบบบริการให้ทันสมัย 4) ขาดคุณภาพความเชื่อถือได้ 5) ขาดความเสมอภาค เสมอหน้าของบริการที่ให้ 6) ขาดความรวดเร็วในการให้บริการ 7) ขาดความเอาใจใส่ในงาน 8) เรื่องอหยาบคาย มารยาทในการบริการ และ 9) เรื่องความซื่อสัตย์ สุจริต ตัวอย่างเช่น ความสะอาดภายในรถจากการตรวจซ่อม การตรวจซ่อมระบบแอร์ รวมถึง การออกไปสำคัญค่าบริการ และการแจ้งซ่อม

3. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2534 ในฐานะบริษัทร่วมทุนระหว่าง บริษัทเทรน และ บริษัท จาร์ดีน แปซิฟิก จำกัด โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ เลขที่ 2 อาคารเพลินจิตเซ็นเตอร์ชั้น 7 ซอยสุขุมวิท2 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร บริษัทเป็นผู้ให้บริการในการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ จำหน่ายอะไหล่ บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ ของยี่ห้อ “เทรน” โดยให้บริการภายใต้หลักการที่ว่า “การบริการของเราเป็นหนึ่ง” (TRANE Service First) โดยทีมงานที่ได้รับการฝึกอบรมเป็นอย่างดี ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริการให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ทางบริษัทจึงได้จัดตั้งสาขาในต่างจังหวัดขึ้น โดยปัจจุบันมีทั้งหมด 3 สาขา คือ ภาคใต้ ตั้งอยู่ที่จังหวัดภูเก็ต, ภาคตะวันออก ตั้งอยู่ที่พัทยา, และภาคตะวันออกเฉียงเหนือตั้งอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น (โดยในขณะนี้สาขาขอนแก่นจะให้บริการครอบคลุมทั้งภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

และเพื่อพัฒนามาตรฐานในการให้บริการ และสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับบริษัท ทางผู้บริหารจึงได้ริเริ่มจัดทำระบบมาตรฐานคุณภาพสากล ISO9001 ขึ้น จนกระทั่งในปัจจุบันได้รับใบประกาศนียบัตรแล้ว

การให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศของบริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

ในปัจจุบันบริษัทให้บริการลูกค้าใน 2 รูปแบบคือ

1. การทำสัญญาบริการบำรุงรักษาเป็นรายปี(Maintenance Service) โดยใน 1 ปี ช่างเทคนิคของบริษัทจะเข้าบริการอย่างน้อย 4 หรือ 6 หรือ 12 ครั้งแล้วแต่เงื่อนไขของสัญญา, เรียกซ่อมได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยไม่คิดค่าแรง (โดยคิดเฉพาะค่าอะไหล่) ในช่วงเวลาทำงาน 8.00 น. – 17.00 น. วันจันทร์ – ศุกร์
2. การบริการบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง เมื่อลูกค้าพบว่าเครื่องปรับอากาศมีความผิดปกติ และเรียกให้ทางบริษัทจัดช่างเทคนิคเข้าบริการ ซึ่งทางบริษัทจะคิดค่าใช้จ่าย ทั้งค่าแรงและค่าอะไหล่ ในการให้บริการ

4.ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ

แบบต่าง ๆ ของเครื่องปรับอากาศมีดังนี้

1. แบบเครื่องติดหน้าต่าง(Room Air Conditioner or Window Type) เครื่องแบบนี้ส่วนประกอบต่างๆ รวมอยู่ในตัวถังอันเดียวกัน ขนาดทำความเย็นของเครื่องที่โรงงานผลิตขายอยู่ระหว่าง 8000 บีทียู/ชม.- 30000 บีทียู/ชม เครื่องชนิดนี้การติดตั้งมักเจาะช่องที่กำแพงหรือผนังพร้อมท้าวทาบไม้หรือวางบนขอบวงกบหน้าต่าง ซึ่งสามารถโยกย้ายเครื่องได้สะดวก เครื่องแบบนี้มักมีปัญหาเรื่องเสียงดังจากตัวเครื่อง
2. แบบเครื่องชนิดแยกส่วน(Split Type Air Conditioner) เครื่องปรับอากาศแบบนี้ มีขนาดตั้งแต่ 1 ตัน- 50 ตัน โดยเครื่อง 1 ชุดจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือเครื่องเป่าลมเย็นจะไว้อยู่ในห้องปรับอากาศ/ในฝ้าเพดาน และเครื่องระบายความร้อนด้วยอากาศซึ่งจะตั้งทิ้งไว้นอกอาคาร เครื่องชนิดนี้ราคาสูงกว่าแบบเครื่องติดหน้าต่างไม่มากนักแต่ใช้งานได้ดีสำหรับอาคารสำนักงานหรือห้องประชุม ผู้ที่ควบคุมเครื่องมีความรู้แค่ เปิด-ปิด เครื่องเป็นก็สามารถใช้ได้แล้ว

3. แบบเครื่องชนิดทำน้ำเย็น (Water Chiller) เครื่องแบบนี้มีขนาดทำความเย็นสูง และใช้น้ำซึ่งถูกทำให้เย็นจากตัวเครื่องทำน้ำเย็น เป็นตัวกลางในการทำความเย็น เครื่องแบบนี้เหมาะสำหรับอาคารที่ต้องการทำความเย็นขนาด100ตัน ขึ้นไป ตัวเครื่องมีราคาแพงแต่อายุการใช้งานทนทานมาก สถาปนิกต้องออกแบบให้มีห้องเครื่อง ซึ่งมักจัดไว้ชั้นใต้ดินหรือชั้นพื้นดิน หลักการทำงานทั่วไปมีดังนี้มีหลักการทำงานเหมือนเครื่องปรับอากาศขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยทั่วไปข้อแตกต่างที่สำคัญคือWater Chiller จะทำความเย็นให้แก่ น้ำธรรมดาเสียก่อน แล้วจึงใช้น้ำอุณหภูมิต่ำนี้ไปทำความเย็นให้แก่อากาศภายในอาคารอีกทอดหนึ่งจึงมีลักษณะของการทำความเย็นแก่อาคารทางอ้อม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยมีสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่เป็นเจ้าหน้าที่แผนกวิศวกรรม/ซ่อมบำรุง ของอาคาร/โรงงานอุตสาหกรรม/หน่วยงานราชการทั่วทุกแห่งในประเทศไทยที่เคยใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยมีประชากร 610 ราย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่เป็นเจ้าหน้าที่แผนกวิศวกรรม/ซ่อมบำรุง ของอาคาร/โรงงานอุตสาหกรรม/หน่วยงานราชการทั่วทุกแห่งในประเทศไทยที่เคยใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยทำการพิจารณากลุ่มตัวอย่างจากประชากร 610 ราย โดยพิจารณาจากตารางของ ทาโร่ ยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 24; อ้างอิงจาก Taro Yamane. n.d.) โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 236 ราย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดีขึ้น จึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 250 ราย

โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีเขียนชื่อของประชากรที่จะศึกษาใส่แผ่นการ์ดแผ่นละ 1 ชื่อ และนำแผ่นการ์ดทั้งหมดมาใส่รวมกันในกล่อง จากนั้นก็เลือกหยิบแผ่นการ์ดขึ้นมาโดยการหลบตาหยิบเพื่อป้องกันการลำเอียง ครั้งละ 1 ชื่อ โดยไม่ใส่คืนจนได้จำนวน 250 ชื่อ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปลายปิดจำนวน 10 ข้อ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท) ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” ที่มีอยู่ ระยะเวลาการให้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการรับบริการในช่วงเวลาประกัน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปลายปิดจำนวน 35 ข้อ เกี่ยวกับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น”บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับแบบวัดความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น”บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งสามารถกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนได้ดังนี้

- คะแนน 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- คะแนน 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- คะแนน 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- คะแนน 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- คะแนน 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะอื่นๆเพิ่มเติม ที่ต้องการให้บริษัททำการปรับปรุงเกี่ยวกับการบริการ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

- 1.ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการบริการเพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- 2.สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3.นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง, ความเหมาะสมของเนื้อหาและเสนอแนะเพิ่มเติม
- 4.นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา(Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านคือ
 - 4.1 รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ
 - 4.2 อาจารย์กาญจน์รวิ อนันตอักษรกุล
 - 4.3 อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ
- 5.นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนทดลองใช้(Try Out)
- 6.นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้(Try Out)กับเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 50 คน เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น(Reliability)โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา(Alpha-Coefficient) โดยใช้สูตรของCronbach ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.93

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขออนุญาตและนำตัวจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ส่งแบบสอบถามให้กับเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 250 ชุด

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับมาจะทำการรวบรวมเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ แปลงข้อมูลและเข้ารหัส เพื่อทำการประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC+(Statistic Package for the Social Sciences/Personal Computer Plus) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท, ความเชื่อถือในความมีชื่อเสียงของบริษัท, ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท), ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน, จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"ที่มีอยู่ระยะเวลาการให้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการได้รับบริการในช่วงเวลาประกัน โดยนำมาคิดหาค่าร้อยละ แล้ว นำเสนอในรูปตาราง

2. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยนำมาคิดค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D) เป็นรายด้านและรายข้อ แล้วนำเสนอในรูปตาราง โดยเกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจ จะแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ โดยสามารถแบ่งเกณฑ์ค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 75)

คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึงระดับความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึงระดับความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึงระดับความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึงระดับความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึงระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.เปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-test

4.เปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบเป็นรายคู่ใช้วิธี Scheffe'

5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิด นำมาแจกแจงความถี่

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Analysis)

1.1 ร้อยละ(Percentage)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร(ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 35)

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทนค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 65)

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

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม

2.1 ค่าอำนาจจำแนก(Discrimination) ของแบบสอบถามจะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายข้อมูลของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ โดยใช้ t-test (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 90)

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

เมื่อ t แทน ค่าที่จะใช้ตัดสินว่าข้อความนั้นมีอำนาจจำแนกอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้หรือไม่
 $\bar{X}_H, \bar{X}_L$ แทน ค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำตามลำดับ
 S_H^2, S_L^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ตามลำดับ
 n_H, n_L แทน จำนวนผู้ตอบในกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ตามลำดับ

2.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค(Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126)

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

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
 n แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
 S_t^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน(Inferential Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

3.1 ใช้สูตร t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

(ชูศรี วงศ์รัตนะ.2544 : 166)

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

เมื่อ	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 ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (One-way Analysis of Variance)ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่ม ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบเป็นรายคู่ใช้วิธี Scheffe'

$$F = \frac{MSb}{MSw}$$

เมื่อ	F	แทน ค่าการแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	MSb	แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MSw	แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t – distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F – distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอ โดยแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการติดต่อและนัดหมาย ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านการคุณภาพงานบริการ และด้านเงื่อนไขการให้บริการ

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการติดต่อและนัดหมาย ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านการคุณภาพงานบริการ และด้านเงื่อนไขการให้บริการ

ตอนที่ 4 การรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด จากแบบสอบถามปลายเปิดใน ส่วนที่ 3 โดยที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 โดยใช้วิธีการนำเสนอในรูปความถี่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความเชื่อถือในความมีชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท) ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ที่มีอยู่ ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการได้รับบริการในช่วงเวลารับประกัน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	คิดเป็น(ร้อยละ)
1 อายุ		
ไม่เกิน 35 ปี	83	33.2
36-45 ปี	103	41.2
46 ปีขึ้นไป	64	25.6
รวม	250	100
2 ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	46	18.4
ปริญญาตรีขึ้นไป	204	81.6
รวม	250	100
3 อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	203	81.2
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/กิจการส่วนตัว	47	18.8
รวม	250	100

ตาราง 1 (ต่อ)

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	คิดเป็น(ร้อยละ)
4	ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท		
	ใช่	230	92
	ไม่ใช่	20	8
	รวม	250	100
5	ความเชื่อถือในความมีชื่อเสียงของบริษัท		
	น้อย	15	6
	ปานกลาง	167	66.8
	มาก	68	27.2
	รวม	250	100
6	ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท)		
	เล็ก/ปานกลาง	163	65.2
	ใหญ่	87	34.8
	รวม	250	100
7	ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน		
	น้อยกว่า 1 ครั้ง	66	26.4
	1-2 ครั้ง	142	56.8
	3 ครั้งขึ้นไป	42	16.8
	รวม	250	100

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	คิดเป็น(ร้อยละ)
8 จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีอยู่		
1 เครื่อง	44	17.6
2 เครื่อง	78	31.2
3 เครื่อง	62	24.8
4 เครื่อง	66	26.4
รวม	250	100
9 ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท		
1-2 ปี	38	15.2
3-4 ปี	67	26.8
5-6 ปี	89	35.9
7 ปีขึ้นไป	56	22.4
รวม	250	100
10 ความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการในช่วงเวลารับประกัน		
สม่ำเสมอ	223	89.2
ไม่สม่ำเสมอ	27	10.8
รวม	250	100

จากตาราง1 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการผู้ให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างอายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท เอกชน มีความเชื่อถือเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท คิดว่าบริษัทมีชื่อเสียงเล็ก/ปานกลาง คิดว่าบริษัทมีขนาดขององค์กรระดับกลาง ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน 3 ครั้งขึ้นไป มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" 2 เครื่อง มีระยะเวลาที่ใช้บริการบำรุงรักษา 5-6 ปี และได้รับการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอในช่วงระยะเวลาประกัน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทรน” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

เป็นการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทรน” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการติดต่อและนัดหมาย ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านคุณภาพงานบริการ และด้านเงื่อนไขการให้บริการ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทรน”

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทรน”	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการติดต่อและนัดหมาย	3.16	0.40	ปานกลาง
2. ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	2.93	0.33	ปานกลาง
3. ด้านคุณภาพงานบริการ	3.23	0.57	ปานกลาง
4. ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	3.06	0.62	ปานกลาง
รวม	3.09	0.36	ปานกลาง

จากตาราง 2 แสดงว่า ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทรน” โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการพึงพอใจทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ในด้านการติดต่อและนัดหมาย

ด้านการติดต่อและนัดหมาย	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1 ความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อกับทางบริษัท	3.53	0.62	มาก
2 ความมีอัธยาศัยดีและมีกิริยาวาจาสุภาพของเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ ของบริษัท	3.41	0.67	ปานกลาง
3 ความสนใจในการรับฟังและซักถามปัญหาของเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ ของบริษัท	3.17	0.70	ปานกลาง
4 ความสามารถในการให้ข้อมูลเบื้องต้นของเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ด้วยตนเองก่อน	2.86	0.68	ปานกลาง
5 ความรวดเร็วในการนัดหมายวันเวลาในการให้เจ้าหน้าที่เข้าตรวจเช็คสภาพเครื่องปรับอากาศหลังจากที่ได้รับแจ้ง	2.82	0.74	ปานกลาง
รวม	3.16	0.4	ปานกลาง

จากตาราง 3 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" มีความพึงพอใจด้านด้านการติดต่อและนัดหมาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อกับบริษัท อยู่ในระดับมาก

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ในด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา

รายละเอียดการให้บริการและราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
6 ระยะเวลาในการรอคอยใบเสนอราคา	2.95	0.70	ปานกลาง
7 ความถูกต้องและชัดเจนของใบเสนอราคา	3.36	0.77	ปานกลาง
8 การอธิบายรายละเอียดต่างๆในใบเสนอราคาของเจ้าหน้าที่บริษัท	2.84	0.75	ปานกลาง
9 การแจ้งระยะเวลาที่ต้องใช้ในการบริการของเจ้าหน้าที่บริษัท	2.51	0.75	ปานกลาง
10 การชี้แจงล่วงหน้าของเจ้าหน้าที่บริษัทกรณีที่มีโอกาสมีการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่าย(ราคา)	2.87	0.62	ปานกลาง
11 ราคาค่าแรงในงานบริการ	2.65	0.91	ปานกลาง
12 ราคาอะไหล่ในงานบริการ	2.91	0.88	ปานกลาง
13 ส่วนลดค่าแรงในงานบริการ	2.47	0.73	น้อย
14 ส่วนลดค่าอะไหล่ในงานบริการ	2.54	0.71	ปานกลาง
15 ระยะเวลาในการรอคอยอะไหล่ที่ใช้ในงานบริการ	3.24	0.85	ปานกลาง
16 ระยะเวลาในการยื่นราคาค่าบริการในใบเสนอราคา	3.45	0.81	ปานกลาง
17 เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการ	3.36	0.70	ปานกลาง
รวม	2.93	0.33	ปานกลาง

จากตาราง 4 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" มีความพึงพอใจด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นส่วนลดค่าแรงในงานบริการอยู่ในระดับน้อย

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ในด้านคุณภาพงานบริการ

ด้านคุณภาพงานบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
18 การแจ้งล่วงหน้าก่อนเข้าบริการ	3.29	0.79	ปานกลาง
19 การตรงต่อเวลาในการนัดหมายเข้าบริการ	3.01	0.74	ปานกลาง
20ความมีอัธยาศัยดีและมีกิริยาวาจาสุภาพของเจ้าหน้าที่ที่เข้าบริการ	3.74	0.64	มาก
21 การปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่ที่เข้าบริการ	3.63	0.72	มาก
22 ความพร้อม ความถูกต้องและเหมาะสมของแผนงานการบริการ	3.42	0.72	ปานกลาง
23 มาตรฐานของขั้นตอนและวิธีการให้บริการ	3.46	0.65	ปานกลาง
24 มาตรฐานของเครื่องมือในการให้บริการ	3.30	0.66	ปานกลาง
25 ความสามารถในการแก้ปัญหาได้จบในการบริการครั้งเดียว	3.02	0.87	ปานกลาง
26 ความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลในใบรายงานผลการบริการ	3.12	0.85	ปานกลาง
27 ความรวดเร็วในการให้บริการและเสร็จตามกำหนดเวลา	3.09	0.88	ปานกลาง
28ความสะอาดเรียบร้อยของเครื่องปรับอากาศก่อนส่งมอบงาน	3.18	0.90	ปานกลาง
29ประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องปรับอากาศหลังรับบริการ	2.98	0.86	ปานกลาง
30 คุณภาพของงานบริการเมื่อเทียบกับราคาค่าบริการ	2.80	0.81	ปานกลาง
31ความถูกต้องและชัดเจนของข้อแนะนำในการใช้งานและบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศของเจ้าหน้าที่ที่เข้าบริการ	3.11	0.86	ปานกลาง
รวม	3.06	0.57	ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" มีความพึงพอใจด้านคุณภาพงานบริการโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความมีอัธยาศัยดีและกิริยาวาจาสุภาพของเจ้าหน้าที่ที่เข้าบริการ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่ที่เข้าบริการ อยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ในด้านเงื่อนไขการให้บริการ

ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
32 ความชัดเจนในการระบุขอบเขตของงานบริการ	3.30	0.51	ปานกลาง
33 การสนองความต้องการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการในด้านวันและเวลาที่จะเข้าบริการ	3.00	0.70	ปานกลาง
34 ความเหมาะสมของระยะเวลาการรับประกันผลงานการบริการ	3.07	0.75	ปานกลาง
35 ความสมเหตุสมผลในการเคลม(Claim)อะไหล่สำหรับงานบริการของเครื่องที่ยังอยู่ในประกัน	2.87	0.86	ปานกลาง
รวม	3.09	0.36	ปานกลาง

จากตาราง 6 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"มีความพึงพอใจด้านเงื่อนไขการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์

เป็นการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" ทั้ง 4 ด้านคือ ด้านการติดต่อและนัดหมาย ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านคุณภาพงานบริการ ด้านเงื่อนไขการให้บริการ จำแนกตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท) ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" ที่มีอยู่ ระยะเวลาที่ใช้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการในช่วงเวลาประกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตาราง 7 ถึง 21

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"	ไม่เกิน 35 ปี			36-45 ปี			46 ขึ้นไป		
			ระดับ			ระดับ			ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	3.13	.37	ปานกลาง	3.15	.44	ปานกลาง	3.22	.35	ปานกลาง
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	2.94	.26	ปานกลาง	2.96	.35	ปานกลาง	2.87	.38	ปานกลาง
ด้านคุณภาพงานบริการ	3.20	.57	ปานกลาง	3.25	.60	ปานกลาง	3.23	.52	ปานกลาง
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	3.07	.55	ปานกลาง	3.06	.61	ปานกลาง	3.05	.74	ปานกลาง
รวม	3.08	.32	ปานกลาง	3.10	.37	ปานกลาง	3.09	.39	ปานกลาง

ตาราง 7 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการในแต่ละกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" โดยรวมอยู่และรายด้านในระดับปานกลาง

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีอายุต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"		แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	ระหว่างกลุ่ม		2	.35	.18	1.13	.326
	ภายในกลุ่ม		247	38.63	.16		
	รวม		249	38.98			
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	ระหว่างกลุ่ม		2	.35	.18	1.6	.201
	ภายในกลุ่ม		247	27.08	.11		
	รวม		249	27.43			
ด้านคุณภาพงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม		2	.13	.06	.20	.822
	ภายในกลุ่ม		247	81.24	.33		
	รวม		249	81.37			
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม		2	.02	.009	.02	.977
	ภายในกลุ่ม		247	96.99	.39		
	รวม		249	97.01			
รวม	ระหว่างกลุ่ม		2	.02	.009	.07	.935
	ภายในกลุ่ม		247	32.15	.13		
	รวม		249	32.16			

จากตาราง 8 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการในแต่ละกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปราบกฎผลดังตาราง 9

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"	ต่ำกว่าปริญญาตรี (N = 46)			ปริญญาตรีขึ้นไป (N = 204)			t	P-value
	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ		
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	3.25	.41	ปานกลาง	3.13	.39	ปานกลาง	1.73	.088
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	2.82	.29	ปานกลาง	2.95	.34	ปานกลาง	2.80**	.006
ด้านการคุณภาพงานบริการ	3.24	.51	ปานกลาง	3.22	.59	ปานกลาง	.25	.807
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	3.13	.68	ปานกลาง	3.05	.61	ปานกลาง	.78	.439
รวม	3.11	.34	ปานกลาง	3.09	.36	ปานกลาง	.37	.716

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 9 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"โดยรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 4 ด้านพบว่าด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจน้อยกว่าผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนด้านอื่นๆ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผล ดังตาราง 10

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" ที่มีอาชีพต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"	เอกชน (N = 203)		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/กิจการส่วนตัว (N = 204)					
			ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		t	P-value
	$\bar{X}$	S.D		$\bar{X}$	S.D			
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	3.13	.39	ปานกลาง	3.27	.40	ปานกลาง	2.08*	.042
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	2.93	.32	ปานกลาง	2.95	.38	ปานกลาง	.32	.49
ด้านการคุณภาพงานบริการ	3.19	.55	ปานกลาง	3.37	.65	ปานกลาง	1.76	.084
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	3.04	.61	ปานกลาง	3.16	.68	ปานกลาง	1.19	.240
รวม	3.07	.35	ปานกลาง	3.19	.40	ปานกลาง	1.81	.075

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"โดยรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 4 ด้าน พบว่าด้านการติดต่อและนัดหมาย มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 โดยที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจน้อยกว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/กิจการส่วนตัว ส่วนด้านอื่นๆ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 11

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ที่มีความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"	ใช่ (N = 230)			ไม่ใช่ (N = 20)			t	P-value
	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ		
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	3.17	.40	ปานกลาง	3.06	.40	ปานกลาง	1.16	.260
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	2.94	.33	ปานกลาง	2.85	.30	ปานกลาง	1.16	.257
ด้านการคุณภาพงานบริการ	3.24	.58	ปานกลาง	3.09	.48	ปานกลาง	1.27	.216
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	3.10	.36	ปานกลาง	2.98	.33	ปานกลาง	1.23	.231
รวม	3.10	.36	ปานกลาง	2.98	.43	ปานกลาง	1.65	.113

จากตาราง 11 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือในเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัทที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 12

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" จำแนกตามความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"	น้อย			ปานกลาง			มาก		
	ระดับ			ระดับ			ระดับ		
	$\bar{X}$	S.D	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ความพึงพอใจ
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	3.07	.30	ปานกลาง	3.16	.40	ปานกลาง	3.17	.40	ปานกลาง
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	2.93	.25	ปานกลาง	2.93	.33	ปานกลาง	2.92	.36	ปานกลาง
ด้านคุณภาพงานบริการ	3.31	.56	ปานกลาง	3.22	.58	ปานกลาง	3.22	.57	ปานกลาง
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	3.10	.75	ปานกลาง	3.08	.64	ปานกลาง	3.01	.55	ปานกลาง
รวม	3.10	.36	ปานกลาง	3.10	.37	ปานกลาง	3.08	.34	ปานกลาง

ตาราง 12 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัทต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ห้อย"เทรน" ที่มีความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัทที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ห้อย"เทรน"		แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	ระหว่างกลุ่ม		2	.14	.07	.44	.642
	ภายในกลุ่ม		247	38.84	.16		
	รวม		249	38.98			
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	ระหว่างกลุ่ม		2	.004	.002	.02	.981
	ภายในกลุ่ม		247	27.43	.11		
	รวม		249	27.43			
ด้านคุณภาพงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม		2	.13	.06	.19	.827
	ภายในกลุ่ม		247	81.24	.33		
	รวม		249	81.24			
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม		2	.28	.14	.35	.705
	ภายในกลุ่ม		247	96.73	.39		
	รวม		249	97.01			
รวม	ระหว่างกลุ่ม		2	.02	.01	.08	.925
	ภายในกลุ่ม		247	32.14	.13		
	รวม		249	32.16			

จากตาราง 13 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัทแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ห้อย"เทรน"โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือนขนาดขององค์กร(บริษัท)ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ด้านปรากฏผลดังตาราง 14

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" ที่มีความเชื่อถือนขนาดขององค์กร(บริษัท)ที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"	เล็ก/ปานกลาง(N =163)			ใหญ่ (N = 87)			t	P-value
			ระดับความ			ระดับความ		
	$\bar{X}$	S.D	พึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	พึงพอใจ		
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	3.18	.41.	ปานกลาง	3.12	.37	ปานกลาง	1.26	.210
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	2.91	.34	ปานกลาง	2.96	.32	ปานกลาง	1.07	.285
ด้านการคุณภาพงานบริการ	3.24	.58	ปานกลาง	3.21	.56	ปานกลาง	.42	.676
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	3.08	.66	ปานกลาง	3.02	.56	ปานกลาง	.79	.429
รวม	3.10	.37	ปานกลาง	3.08	.33	ปานกลาง	.61	.544

จากตาราง 14 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือนขนาดขององค์กร(บริษัท)ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 15

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" จำแนกตามความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"	น้อยกว่า 1 ครั้ง			1-2 ครั้ง			3 ครั้งขึ้นไป		
	ระดับ			ระดับ			ระดับ		
	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	3.08	.41	ปานกลาง	3.19	.40	ปานกลาง	3.18	.34	ปานกลาง
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	2.94	.36	ปานกลาง	2.94	.34	ปานกลาง	2.88	.24	ปานกลาง
ด้านคุณภาพงานบริการ	3.20	.66	ปานกลาง	3.26	.54	ปานกลาง	3.14	.51	ปานกลาง
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	3.08	.70	ปานกลาง	3.10	.60	ปานกลาง	2.92	.57	ปานกลาง
รวม	3.08	.40	ปานกลาง	3.12	.35	ปานกลาง	3.03	.30	ปานกลาง

ตาราง 15 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีต่อการเรียกใช้บริการต่อเดือนต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติ						
การต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	ระหว่างกลุ่ม	2	.54	.27	1.73	.179
	ภายในกลุ่ม	247	38.45	.16		
	รวม	249	38.98			
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	.11	.06	.51	.604
	ภายในกลุ่ม	247	27.32	.11		
	รวม	249	27.43			
ด้านคุณภาพงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.51	.25	.78	.461
	ภายในกลุ่ม	247	80.86	.33		
	รวม	249	81.37			
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.98	.49	1.27	.284
	ภายในกลุ่ม	247	96.02	.39		
	รวม	249	97.01			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.28	.14	1.08	.340
	ภายในกลุ่ม	247	31.88	.13		
	รวม	249	32.16			

จากตาราง 16 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.8 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ที่มีอยู่ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 17

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" จำแนกตามจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ที่มีอยู่

ความพึงพอใจ ของเจ้าหน้าที่ ฝ่ายปฏิบัติการ ต่อการให้บริการ บำรุงรักษาเครื่อง ปรับอากาศยี่ห้อ "เทอร์น"	1 เครื่อง			2 เครื่อง			3 เครื่อง			4 เครื่องขึ้นไป		
			ระดับ			ระดับ			ระดับ			ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ความพึง พอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึง พอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึง พอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึง พอใจ
ด้านการติดต่อ และนัดหมาย	3.23	.42	ปานกลาง	3.14	.38	ปานกลาง	3.15	.35	ปานกลาง	3.14	.43	ปานกลาง
ด้านรายละเอียด การให้บริการ และราคา	2.94	.28	ปานกลาง	2.93	.29	ปานกลาง	2.88	.31	ปานกลาง	2.97	.42	ปานกลาง
ด้านคุณภาพงาน บริการ	3.23	.55	ปานกลาง	3.16	.53	ปานกลาง	3.26	.56	ปานกลาง	3.26	.64	ปานกลาง
ด้านเงื่อนไขการ ให้บริการ	3.10	.55	ปานกลาง	3.03	.57	ปานกลาง	3.00	.62	ปานกลาง	3.13	.73	ปานกลาง
รวม	3.13	.34	ปานกลาง	3.07	.32	ปานกลาง	3.07	.34	ปานกลาง	3.13	.43	ปานกลาง

ตาราง 17 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ที่มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติ							
การต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value	
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	ระหว่างกลุ่ม	3	.29	.96	.61	.609	
	ภายในกลุ่ม	246	38.70	.16			
	รวม	249	38.98				
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	.27	.89	.81	.492	
	ภายในกลุ่ม	246	27.17	.11			
	รวม	249	27.43				
ด้านคุณภาพงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	.46	.15	.47	.707	
	ภายในกลุ่ม	246	80.91	.33			
	รวม	249	81.37				
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	.71	.24	.60	.615	
	ภายในกลุ่ม	246	96.3	.40			
	รวม	249	97.01				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.20	.07	.52	.669	
	ภายในกลุ่ม	246	31.96	.13			
	รวม	249	32.16				

จากตาราง 18 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.9 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระยะเวลาให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"กับบริษัท ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 19

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" จำแนกตามระยะเวลาให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"

ความพึงพอใจของ เจ้าหน้าที่ฝ่าย ปฏิบัติการต่อการ ให้บริการบำรุง รักษาเครื่องปรับอากาศ ยี่ห้อ"เทรน"	1-2 ปี			3-4 ปี			5-6 ปี			7 ขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
ด้านการติดต่อ และนัดหมาย	3.18	.36	ปานกลาง	3.18	.45	ปานกลาง	3.13	.35	ปานกลาง	3.16	.43	ปานกลาง
ด้านรายละเอียด การให้บริการและ ราคา	2.93	.28	ปานกลาง	2.98	.37	ปานกลาง	2.91	.29	ปานกลาง	2.90	.38	ปานกลาง
ด้านคุณภาพงาน บริการ	3.20	.58	ปานกลาง	3.36	.63	ปานกลาง	3.13	.53	ปานกลาง	3.24	.53	ปานกลาง
ด้านเงื่อนไขการ ให้บริการ	3.01	.63	ปานกลาง	3.16	.69	ปานกลาง	2.97	.58	ปานกลาง	3.12	.60	ปานกลาง
รวม	3.08	.34	ปานกลาง	3.17	.43	ปานกลาง	3.03	.30	ปานกลาง	3.11	.36	ปานกลาง

ตาราง 19 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระยะเวลาการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" ที่มีระยะเวลาให้บริการกับบริษัท ต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"		แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	ระหว่างกลุ่ม	3	.15	.05	.31		.819
	ภายในกลุ่ม	246	38.84	.16			
	รวม	249	38.98				
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	.28	.09	.85		.467
	ภายในกลุ่ม	246	27.15	.11			
	รวม	249	27.43				
ด้านคุณภาพงานบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.14	.71	2.22		.087
	ภายในกลุ่ม	246	79.22	.32			
	รวม	249	81.37				
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.63	.54	1.40		.244
	ภายในกลุ่ม	246	95.38	.39			
	รวม	249	97.01				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.74	.25	1.93		.126
	ภายในกลุ่ม	246	31.42	.13			
	รวม	249	32.16				

จากตาราง 20 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระยะเวลาการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"กับบริษัท ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.10 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ได้รับความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 21

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ที่ได้รับความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ต่างกัน

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"	สม่ำเสมอ (N = 223)			ไม่สม่ำเสมอ (N = 227)			t	P-value
			ระดับความ			ระดับความ		
	$\bar{X}$	S.D	พึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	พึงพอใจ		
ด้านการติดต่อและนัดหมาย	3.17	.40	ปานกลาง	3.09	.36	ปานกลาง	1.1	.292
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา	2.93	.32	ปานกลาง	2.90	.40	ปานกลาง	.35	.727
ด้านการคุณภาพงานบริการ	3.24	.57	ปานกลาง	3.14	.57	ปานกลาง	.81	.425
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ	3.07	.63	ปานกลาง	3.02	.61	ปานกลาง	.38	.704
รวม	3.10	.36	ปานกลาง	3.04	.36	ปานกลาง	.84	.407

จากตาราง 21 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือนในเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 การรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะ ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

ตาราง 22 ข้อเสนอแนะของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน"

ลำดับที่	ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านการติดต่อและนัดหมาย		
1.	ควรที่จะสามารถที่จะให้คำตอบได้แน่นอนเกี่ยวกับวันเวลาที่เข้าบริการ	6
2.	ควรรู้ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้า	3
3.	ควรเข้าบริการรวดเร็วหลังจากได้รับแจ้ง	3
	รวม	11
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา		
1.	ควรมีการลดราคาอะไหล่หรือค่าแรงมากขึ้น	5
2.	รายละเอียดในใบเสนอราคาควรมีมากขึ้น	4
3.	ระยะเวลาในการส่งของควรสั้นลง	4
4.	อะไหล่บางตัวสามารถแก้ไขได้โดยไม่ต้องเปลี่ยน	2
5.	ควรทำใบเสนอราคาส่งให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	2
6.	ควรมีมาตรฐานการเสนอราคาเหมือนกันทุกครั้ง	1
	รวม	18
ด้านคุณภาพงานบริการ		
1	ควรเข้าบริการให้ตรงต่อเวลา	6
2	ควรมีการเตรียมอุปกรณ์ในบริการให้พร้อมมากขึ้น	5
3	ควรให้อธิบายถึงสาเหตุที่ตรวจพบนอกเหนือจากใบรายงาน	3
4	หลังบริการแล้ว ควรมีการทำความสะอาดบริเวณโดยรอบ	3
5	ควรแนะนำการใช้งานที่ถูกต้อง	2
	รวม	19

ตาราง 22 (ต่อ)

ลำดับที่	ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ		
1.	ควรมีระยะเวลาการรับประกันผลงานในการซ่อมมากขึ้น	3
2.	ควรมีการเพิ่มการวัดการกินกระแสไฟของเครื่องด้วย	2
รวม		5

ตาราง 22 แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ยี่ห้อ"เทอร์น" ด้านการติดต่อและนัดหมาย ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านคุณภาพงานบริการ ด้านเงื่อนไขการให้บริการ

1. ด้านการติดต่อและนัดหมาย ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรที่จะสามารถที่จะให้คำตอบได้แน่นอนเกี่ยวกับวันเวลาที่เข้าบริการ

2. ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรมีการลดราคาอะไหล่หรือค่าแรงมากขึ้น รวมทั้งรายละเอียดในใบเสนอราคาควรมีมากขึ้น และ ระยะเวลาในการส่งของควรสั้นลง

3. ด้านคุณภาพงานบริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรเข้าบริการให้ตรงต่อเวลา รวมทั้งควรมีการเตรียมอุปกรณ์ในการให้พร้อมมากขึ้น

4. ด้านเงื่อนไขการให้บริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรมีระยะเวลาการรับประกันผลงานในการซ่อมมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ เป็นการศึกษความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการนำเสนอข้อมูลในภาพรวม เพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง การบริการในด้านการติดต่อและนัดหมาย ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านคุณภาพงานบริการ ด้านเงื่อนไขการให้บริการ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ใน 4 ด้าน

1.1 ด้านการติดต่อและนัดหมาย,

1.2 ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา

1.3 ด้านคุณภาพงานบริการ

1.4 ด้านเงื่อนไขการให้บริการ

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ทั้ง 4 ด้าน โดยจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความเชื่อถือในความมีชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท) ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่“เทอร์น”ที่มีอยู่ระยะเวลาในการใช้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการได้รับบริการในช่วงเวลาเวลารับประกัน

3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการวิจัยที่ได้จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ “เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น”ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการความพึงพอใจต่อการให้บริการมากยิ่งขึ้นซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของการแข่งขันในตลาด

สมมติฐานในการวิจัย

1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อในชื่อเสียงของบริษัทที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อในขนาดองค์กร(บริษัท)ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
7. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
8. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่"เทอร์น"ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
9. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"กับทางบริษัท ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
10. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการได้รับความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ในช่วงเวลาพักผ่อนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่เป็นเจ้าหน้าที่แผนกวิศวกรรม/ ช่อมบำรุงของอาคาร/โรงงานอุตสาหกรรม/หน่วยงานราชการทั่วทุกแห่งในประเทศไทยที่เคยใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยมีประชากร 610 ราย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่เป็นเจ้าหน้าที่แผนกวิศวกรรม/ ช่อมบำรุงของอาคาร/โรงงานอุตสาหกรรม/หน่วยงานราชการทั่วทุกแห่งในประเทศไทยที่เคยใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยทำการพิจารณากลุ่มตัวอย่างจากประชากร 610 ราย โดยพิจารณาจากตารางของ ทาโร่ ยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 24; อ้างอิงจาก Taro Yamane. n.d.) โดยยอมให้เกิด

ความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 236 ราย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดีขึ้น จึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 250 ราย

โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบง่าย(Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีเขียนชื่อของประชากรที่จะศึกษาใส่แผ่นการ์ดแผ่นละ 1 ชื่อ และนำแผ่นการ์ดทั้งหมดมาใส่รวมกันในกล่อง จากนั้นก็เลือกหยิบแผ่นการ์ดขึ้นมา โดยการหลับตาหยิบเพื่อป้องกันการลำเอียง ครั้งละ 1 ชื่อ โดยไม่ใส่คืนจนได้จำนวน 250 ชื่อ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปลายปิดจำนวน 10 ข้อ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความเชื่อถือในความมีชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท) ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่อี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีอยู่ ระยะเวลาการให้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการรับบริการในช่วงเวลาประกัน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปลายปิดจำนวน 35 ข้อ เกี่ยวกับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่อี่ห้อ "เทอร์น"บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด รวม 4 ด้าน คือด้านการติดต่อและนัดหมาย จำนวน 5 ข้อ ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา จำนวน 12 ข้อ ด้านคุณภาพงานบริการ จำนวน 14 ข้อ และด้านเงื่อนไขการให้บริการ จำนวน 4 ข้อ รวม 35 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.93

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะอื่นๆเพิ่มเติม ที่ต้องการให้บริษัททำการปรับปรุงเกี่ยวกับการบริการ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการบริการเพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง, ความเหมาะสมของเนื้อหาและเสนอแนะเพิ่มเติม
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา(Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านคือ
 - 4.1 รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ
 - 4.2 อาจารย์กาญจน์รวิ อนันตอักษรกุล
 - 4.3 อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้ง ให้สมบูรณ์ก่อนทดลองใช้(Try Out)

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้(Try Out) กับเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 50 คน เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น(Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา(Alpha-Coefficient) โดยใช้สูตรของCronbach ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.93

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขออนุญาตแนะนำตัวจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ส่งแบบสอบถามให้กับเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 250 ชุด

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับมาจะทำการรวบรวมเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ แปลงข้อมูลและเข้ารหัส เพื่อทำการประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC+(Statistic Package for the Social Sciences/Personal Computer Plus) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท, ความเชื่อถือในความมีชื่อเสียงของบริษัท, ความเชื่อถือในขนาดขององค์กร (บริษัท), ความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือน, จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ที่มีอยู่ ระยะเวลาการให้บริการกับบริษัท ความสม่ำเสมอในการได้รับบริการในช่วงเวลาประกัน โดยนำมาคิดหาค่าร้อยละ แล้ว นำเสนอในรูปตาราง

2. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยนำมาคิดค่าคะแนนเฉลี่ย($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เป็นรายด้านและรายข้อ แล้วนำเสนอในรูปตาราง

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-test

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบเป็นรายคู่ใช้วิธี Scheffe'

5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิด นำมาแจกแจงความถี่

ผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1.1 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการผู้ให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ชุด ส่วนใหญ่มีอายุระหว่างมีอายุระหว่าง 36-45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความเชื่อถือนในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท คิดว่าบริษัทมีชื่อเสียงในระดับปานกลาง คิดว่าบริษัทมีขนาดขององค์กรเป็นขนาดกลาง จำนวนครั้งต่อเดือนในการเรียกใช้บริการ 1-2 ครั้ง มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” อยู่ 2 เครื่อง มีระยะเวลาที่ใช้บริการกับทางบริษัท 5-6 ปี และได้รับการบริการในช่วงระยะเวลาที่รับประกันอย่างสม่ำเสมอ

2.ระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง

2.1 ด้านการติดต่อและนัดหมาย เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” มีความพึงพอใจด้านการติดต่อและนัดหมาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อกับทางบริษัท อยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” มีความพึงพอใจด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ส่วนลดค่าแรงในงานบริการ อยู่ในระดับน้อย

2.3 คุณภาพงานบริการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” มีความพึงพอใจด้านคุณภาพงานบริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ความมีอัธยาศัยดีและมีกิริยาวาจาสุภาพของเจ้าหน้าที่ที่เข้าบริการ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่ที่เข้าบริการ อยู่ในระดับมาก

2.4 เงื่อนไขการให้บริการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” มีความพึงพอใจด้านเงื่อนไขการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง

3.การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

3.1 การทดสอบสมมติฐานที่1 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

3.2 การทดสอบสมมติฐานที่2 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยด้านการติดต่อและนัดหมาย ด้านคุณภาพงานบริการ ด้านเงื่อนไขการให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งพบว่า เจ้าหน้าที่ที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ในด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา น้อยกว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.01

3.3 การทดสอบสมมติฐานที่ 3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านคุณภาพงานบริการและด้านเงื่อนไขการให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการติดต่อและนัดหมายมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่งพบว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการติดต่อและนัดหมายน้อยกว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

3.9 การทดสอบสมมติฐานที่ 9 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

3.10 การทดสอบสมมติฐานที่ 10 เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ได้รับความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ในช่วงเวลารับประกัน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ได้รับความสม่ำเสมอในการได้รับการบริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 การรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะ ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านคุณภาพงานบริการ ด้านเงื่อนไขการให้บริการ

1. ด้านการติดต่อและนัดหมาย ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรที่จะสามารถที่จะให้คำตอบได้แน่นอนเกี่ยวกับวันเวลาที่เข้าบริการ ทั้งนี้อาจเนื่องจากลูกค้าต้องมีความวางแผนใจการรองรับการเข้าบริการด้วย

2. ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรมีการลดราคาอะไหล่หรือค่าแรงมากขึ้น รวมทั้งรายละเอียดในใบเสนอราคาควรจะมีมากขึ้น และ ระยะเวลาในการส่งของควรสั้นลง ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้าต้องการความชัดเจนในทุกๆด้าน ก่อนเข้าบริการ

3. ด้านคุณภาพงานบริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรเข้าบริการให้ตรงต่อเวลา รวมทั้งควรมีการเตรียมอุปกรณ์ในการให้พร้อมมากขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลูกค้าต้องการให้งานเสร็จได้ทันเวลา เพื่อลดการสูญเสีย

4. ด้านเงื่อนไขการให้บริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรมีระยะเวลาการรับประกันผลงานในการซ่อมมากขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องจากลูกค้าต้องการความมั่นใจในผลงาน

อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการติดต่อและนัดหมาย ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ด้านคุณภาพงานบริการ ด้านเงื่อนไขการให้บริการ พบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการมีความพึงพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านการติดต่อและนัดหมาย เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ในด้านการติดต่อและนัดหมายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าพนักงานผู้ให้บริการมีความตั้งใจมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการหรือชนะใจลูกค้า โดยสามารถเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าด้วยการบริการที่เป็นเลิศ รวมถึงสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสมหรือรวดเร็วที่สุด(दनัย เทียนพุ่ม. 2543:10)แต่เนื่องมาจากว่าทุกๆวันมีลูกค้าโทรเข้ามาในแผนกบริการในแต่ละวันค่อนข้างมาก ดังนั้นความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ พูดคุย ให้คำปรึกษา จึงอาจจะมีได้เต็มที่นัก ซึ่งทางพนักงานเองก็พยายามรักษามาตรฐานในการบริการในด้านนี้อยู่ และเมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ ความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อ ทั้งนี้เนื่องจาก การติดต่อที่ง่ายและความรวดเร็วในการตอบสนอง มีความคุ้มค่าให้การสร้างความประทับใจในครั้งแรกให้กับลูกค้า, การตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในไม่เกิน 5 วินาที การตอบรับโทรศัพท์ซ้ำถือว่าการทำลายภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของบริษัท ได้มีการวิจัยพบว่า เวลา 5 วินาที เป็นการที่ผู้โทรศัพท์จะมีความรู้สึกสามารถอดทนการรอคอยที่ดีที่สุด การปล่อยให้ลูกค้าที่ใช้บริการทางโทรศัพท์รอคอยเกิน 5 วินาที อาจมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อบริษัทและการบริการนั้นๆ หรือลูกค้าอาจเปลี่ยนใจไปใช้บริการอื่น (ธีรศักดิ์ วรสุข. 2537:123) ส่วนรายข้ออื่นมีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ ความมีอัธยาศัยดีและมีกิริยาวาจาสุภาพ ความสนใจในการรับฟังปัญหาและซักถามปัญหา ความสามารถในการให้ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ทั้งนี้เจ้าหน้าที่ที่รับโทรศัพท์เป็นบุคคลสำคัญที่ต้อง รับฟังปัญหาจากลูกค้าและแก้ปัญหาในขั้นต้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมชาติ กิจยรรยง(2543:43) ที่ว่า ประเด็นสำคัญของคุณสมบัติการเป็นผู้ให้บริการที่ดี คือมีความรักงานบริการ รู้หน้าที่ อดทน มีอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีไหวพริบดี สามารถประสานงานได้ดีและมีน้ำใจทั้งดงาม พร้อมทั้งมีความตั้งใจในการส่งมอบการบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

1.2 ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ในด้านการให้รายละเอียดการให้บริการและราคาโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับปานกลาง บริษัทเองก็ยังให้ความสำคัญส่วนนี้อยู่เสมอเพราะว่า เป็นธุรกิจบริการ เช่น ตรวจเช็ค ซ่อมแซมต่างๆ รายละเอียดในใบเสนอราคาจะมีค่อนข้างมาก ความถูกต้อง,ชัดเจนและ สมเหตุสมผลในใบเสนอราคาเป็นสิ่งที่ผู้เสนอตะหนักอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าบริการมีลักษณะไม่สามารถจับต้องได้(Intangibility) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน (ศิริวรรณและคณะ. 2541:335) และอะไหล่ต่างๆส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศจึงทำให้ราคาค่อนข้างสูง

1.3 ด้านคุณภาพงานบริการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ในด้านการคุณภาพงานบริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจุบันบริษัทพยายามรักษามาตรฐานให้ได้อยู่สม่ำเสมอ และพยายามสร้างมูลค่าเพิ่มทางการบริการมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการเหนือคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวัง ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ในอดีต ลูกค้าเลือกธุรกิจให้บริการโดยถือเกณฑ์ภายหลังจากการรับบริการ เขาจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับความคาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวัง ลูกค้าจะไม่สนใจ ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังของเขา ลูกค้าจะใช้บริการนั้นซ้ำ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2541:340) เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากว่าธุรกิจการบริการบำรุงรักษาเป็นธุรกิจที่ต้องมีการแข่งขัน กลยุทธ์ต่างๆให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพงานบริการจึงถูกนำออกมาใช้ อาทิ เช่น เป็นธุรกิจบริการที่ได้รับใบรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพสากล ISO9001 มีมาตรฐานขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องและชัดเจน ตรวจสอบได้ ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวมีอยู่ในบริษัท

1.4 ด้านเงื่อนไขการให้บริการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ในด้านเงื่อนไขการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยเงื่อนไขบริการต่างๆบริษัทที่บริษัทได้นำเสนอไปนั้น ได้มาจากการเก็บข้อมูลต่างๆในอดีตที่ผ่านมาและศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค, โดยเงื่อนไขบริการที่นำเสนอสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามีความเหมาะสมในระดับความสามารถบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า และมีความเหมาะสมในระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการบริการแล้ว (วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์. 2543:14)

2.เปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

2.1 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีอายุต่างกันพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการได้รับการบริการทั้งทางด้าน การติดต่อและนัดหมาย รายละเอียดการให้บริการและราคา คุณภาพงานบริการ เงื่อนไขการให้บริการที่เหมือนกัน เพราะว่าเป็นธุรกิจบริการ มีผู้ใช้บริการหลากหลายอายุ จึงมีการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ อุดมศรีผล (2542: 54) ผู้ถือบัตรเครดิตมีอายุแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน, อีกทั้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในระดับผู้ใหญ่ตอนต้น ไปจนถึงผู้ใหญ่ตอนปลาย ซึ่งในช่วงอายุดังกล่าวยังมีความสามารถรับรู้และการวิเคราะห์สิ่งที่ จึงส่งผลให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการสามารถรับรู้ถึง การบริการได้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางจิตวิทยาของ รัตนา ศิริพานิช(จิราภา เต็งไตรรัตน์ และคณะ. 2543 : 301;อ้างอิงจาก รัตนา ศิริพานิช.ม.ป.ป.) ได้อธิบายถึงเรื่อง อายุและความแตกต่างทางเซวาร์ปัญญา ที่กล่าวว่าเซวาร์ปัญญาจะเปลี่ยนแปลงไปตามระดับอายุ จะเห็นได้ว่าโดยทั่วๆ ไป บุคคลจะมีทักษะและความสามารถต่างๆกัน เพิ่มขึ้นอย่าง

รวดเร็วในวัยเด็ก และวัยรุ่น และความสามารถดังกล่าวจะลดลงในวัยชรา ถ้าเรานำมาเขียนกราฟ จะเห็นได้ว่า เซอร์ปัญญาจะเพิ่มขึ้นมากในวัยเด็ก และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงวัยรุ่น แล้วจะถึงจุดสุดยอดในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น หลังจากนั้นค่าของเซอร์ปัญญา จะคงที่เรื่อย ๆ ไป จนผ่านเข้าวัยกลางคน จากนั้นจะค่อย ๆ ลดลงในวัยชรา

2.2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” ที่มีระดับการศึกษาต่างกันพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านรายละเอียดการให้บริการและราคาน้อยกว่าระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมี การทำงานที่เป็นค่อนข้างเป็นระบบมากกว่า รับผิดชอบได้ มีการรอบแนวคิดกว้าง มีการทำงานเหมือนกับตัวเองเป็นเจ้าของบริษัท ซึ่งแตกต่างจาก เจ้าหน้าที่ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จะให้ความสำคัญน้อยกับ เรื่องราคา ความเร่งด่วนของงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเอกพงษ์ สถิตอมรรธม(2543:107) ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านราคา แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของชัยพล เขมปัญญารักษ์ (2545: 85) ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านราคา

2.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” ที่มีอาชีพต่างกันพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการติดต่อและนัดหมาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจน้อยกว่าอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/กิจการส่วนตัว ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งอยู่ในองค์กรซึ่งมีความคล่องตัวในการทำงานมากกว่า จึงมีความรู้สึกคาดหวังถึงความสะดวก รวดเร็วในการทำงานที่ได้รับบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยัน ปานเพ็ง(2541:83) ผู้ป่วยนอกที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันมะเร็งแห่งชาติด้านเจ้าหน้าที่และการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” ที่มีความเชื่อถือนในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ต่างกันพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือนในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ“เทอร์น” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการส่วนใหญ่เห็นว่า เจ้าของผลิตภัณฑ์ย่อมรู้จักและมีความเชี่ยวชาญในบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์ของตนเองดีที่สุด จึงทำให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2.5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่เชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัทต่างกันพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัทต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการรู้จักบริษัทไพรม์แอร์เป็นอย่างดี มีชื่อเสียงค่อนข้างดี ซึ่งทำให้มีความมั่นใจได้ระดับหนึ่งว่าได้ระดับหนึ่งว่าจะได้รับการบริการเป็นอย่างดี ซึ่งก็ตรงกับและจุดประสงค์หลักของบริษัทคือมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด จึงทำให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยัน ปานเพ็ง(2541:98) ผู้ป่วยนอกที่มีความเชื่อถือในชื่อเสียงของ สถาบันมะเร็งแห่งชาติแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.6 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่เชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท)ต่างกันพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความเชื่อถือในขนาดขององค์กร(บริษัท)ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการส่วนใหญ่ จะได้รับจะให้ความสำคัญกับผลงานที่ออกมา สามารถยอมรับได้หรือไม่ มากกว่าที่จะคำนึงความใหญ่ขององค์กร จึงทำให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2.7 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือนต่างกันพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีความถี่ในการเรียกใช้บริการต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยัน ปานเพ็ง (2541:90) ผู้ป่วยนอกที่มีจำนวนครั้งที่เข้ารับบริการตรวจรักษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.8 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อต่างกันพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีจำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าบริษัทให้การบริการเท่าเทียมกันเป็นมาตรฐานเดียวกันไม่ว่าจะมีจำนวนเครื่องมากหรือน้อย ทั้งนี้เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เช่นหยุดให้บริการ หรือซื้อสินค้าของบริษัท ฯลฯในภายหลัง ถ้าลูกค้าทราบถึงความลำเอียง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ อุดมศรีผล(2542:46) ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีจำนวนบัตรถือครองแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการบริการโดยรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.9 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีระยะเวลาการให้บริการต่างกัน พบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่มีระยะเวลาการให้บริการปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าบริษัทป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เช่นหยุดให้บริการ หรือซื้อสินค้าของบริษัท ฯลฯ ในภายหลังถ้าลูกค้าทราบถึงความล่าช้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์ อุดมศรีผล(2542:45) ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีจำนวนปีในการถือครองบัตรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ทางสถิติที่ระดับ .05

2.10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ที่มีได้รับความสม่ำเสมอในการรับบริการในช่วงเวลารับประกันต่างกัน พบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการที่ได้รับความสม่ำเสมอในการรับบริการในช่วงเวลารับประกันต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเนื่องจากว่าบริษัทให้ความสำคัญกับงานหลังการขายเป็นอย่างยิ่ง ไม่ทอดทิ้งลูกค้า สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า จึงทำให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านการติดต่อและนัดหมาย ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เป็นเพราะว่าลูกค้าที่โทรศัพท์เข้ามาส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่มีปัญหาและต้องการความช่วยเหลือ มีความคาดหวังว่าเจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาเบื้องต้นได้ แต่เนื่องจากเจ้าหน้าที่ที่รับเรื่องมีหลายคน และมีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันไปในคนละด้าน ผู้วิจัยขอเสนอว่า ควรมีการจัดตั้งเป็นลักษณะของศูนย์รับเรื่องของลูกค้าโดยตรง โดยมีเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่อยู่ประจำ และจัดฝึกอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่ในเรื่องการรับโทรศัพท์ของลูกค้า เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีในการบริการลูกค้ามากยิ่งขึ้นอีก รวมทั้งควรมีฐานข้อมูลของลูกค้าที่ค่อนข้างละเอียด เพื่อว่าจะสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไปได้ด้วยดี

2. ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เป็นเพราะว่าลูกค้าต้องการความละเอียดชัดเจนอย่างมากในการเสนอราคา รวมทั้งราคาที่สมเหตุสมผล เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ ผู้วิจัยขอเสนอว่า ควรมีการระบุรายละเอียดในใบเสนอราคาให้ชัดเจนที่สุด และสามารถอธิบายถึงราคาที่เสนอไปได้ว่า สมเหตุสมผลหรือไม่ โดยพยายามอธิบายถึงมูลค่าเพิ่มที่ลูกค้าจะได้รับ, ถ้าลูกค้าจ่ายเงินในราคานี้จะคุ้มค่า, และสำหรับระยะเวลาการทำงานแล้วเสร็จ ควรระบุได้อย่างคร่าวๆ เพื่อลูกค้าสามารถวางแผนงานของตัวเองได้ และบริษัทก็สามารถเตรียมแผนงานบริการได้

3. ด้านคุณภาพงานบริการ ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากว่าลักษณะของการบริการเป็นลักษณะที่เจ้าหน้าที่จะต้องเข้าบริการที่ไซต์งาน(Job Site) ดังนั้นการควบคุมอย่างใกล้ชิดหรือติดตามดูแลการทำงานของเจ้าหน้าที่เข้าบริการนั้นทำได้ค่อนข้างยาก ลูกค้าเองต้องการให้ผลงานที่ออกมาคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ผู้วิจัยขอเสนอว่า ควรจัดตั้งทีมงานขึ้นมาทีมหนึ่งซึ่งสามารถประกันคุณภาพงานบริการได้ และควรฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่เข้าบริการในด้านมนุษยสัมพันธ์อยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจ และ มีความพึงพอใจสูงสุด จนกระทั่งเกิดการใช้บริการซ้ำ, ในด้านเทคนิค ก็ควรมีการฝึกอบรมอยู่เสมอเพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์

4. ด้านเงื่อนไขการให้บริการความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าเองต้องการเงื่อนไขที่ดีในงานบริการ และไว้วางใจได้ ซึ่งลูกค้าและบริษัทอาจจะยังมีความคิดเห็นบางอย่างไม่สอดคล้องกัน จึงทำให้เงื่อนไขบางอย่างที่ออกมายังไม่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด ผู้วิจัยขอเสนอว่า ควรศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าด้วยว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในในเงื่อนไขต่างๆที่บริษัทเสนอให้เป็นอย่างไร และเราก็ควรที่จะประนีประนอมเพื่อให้ได้รับประโยชน์คุ้มค่าทั้งสองฝ่าย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการบริษัทไพรม์แอร์
2. ควรศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่สำหรับอาคารหรือโรงงานอุตสาหกรรม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ เวชสาร.(2542). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติพงษ์ เตมียประดิษฐ์.(2540). การบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศเพื่อการประหยัดพลังงานและควบคุมคุณภาพอากาศภายในอาคาร. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชาติชาย แซ่เตี่ยว. (2538).การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนศูนย์บริการหลังการขายเครื่องปรับอากาศ ยอร์ก ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ).เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยพล เขมปัญญาบุรุษ.(2545).ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ Quick Service ในกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นาวิ วีระชาญณรงค์.(2522).ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์.วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- พฤทธิสทธิ์ บุญทน. (2536). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา. ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์.(2542). วิธีการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์.(2541). คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- วรวิทย์ หงวนศิริ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการหลังการขายรถยนต์ : ศึกษาเฉพาะกรณี ศูนย์บริการรถเบนซ์ นวมินทร์ (สาขาภิบาล 1). ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิภา นาคนิมิตรรุ่ง.(2545).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- สุทธิ ปันมา.(2535). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์. ปริญญานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.ถ่ายเอกสาร.
- สันติ วิริยะรังสฤษฎ์.(2533). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร.ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- สมพร ตั้งสะสม. (2536).ความพึงพอใจของผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการบริการทางการแพทย์ ภายใต้ พ.ร.บ. ประกันสังคม พ.ศ. 2535 : กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยอันมิใช่เนื่องมาจากการทำงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- สมาคมพัฒนาสังคม.(2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ กรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขต. คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร.ถ่ายเอกสาร.
- สุริยัน ปานเพ็ง.(2541). ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อการให้บริการของสถานบริการสาธารณสุข : ศึกษา เฉพาะกรณี สถาบันมะเร็งแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหา บัณฑิต(พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อัญชลี เหล่าธิดาวงศ์. (2518) การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริการของศูนย์บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ใน เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่าย เอกสาร.
- อ้อยทิพย์ กองสมบัติ.(2538). ความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เลื่อนงทา และสาขามุกดาหาร. ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- Kotler,Philip. (2000). *Marketing management : The millénium edition*. 10th ed. Englewood Chiffs: Prentice – Hall, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษา
เครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110

กรกฎาคม 2545

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้วยกระผม นายอานนท์ ใจศรีตระกูล เป็นนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้กรุณารอกข้อมูลในแบบสอบถามทุกข้อด้วย

ข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้อยู่จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาด้านความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด ซึ่งคำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวม ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแต่อย่างใด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดกรุณาให้ความร่วมมือ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(นายอานนท์ ใจศรีตระกูล)

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

เรื่อง

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษา
เครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง()หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. อายุ
 - 1.1 () ไม่เกิน 35 ปี
 - 1.2 () 36-45 ปี
 - 1.3 () 46 ปีขึ้นไป
2. ระดับการศึกษา
 - 2.1 () ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 2.2 () ปริญญาตรีขึ้นไป
3. อาชีพ
 - 3.1 () พนักงานบริษัทเอกชน
 - 3.2 () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/กิจการส่วนตัว
4. ท่านเลือกใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น"กับบริษัทไพรม์แอร์ จำกัด เพราะ
เชื่อถือในความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ใช่หรือไม่
 - 4.1 () ใช่
 - 4.2 () ไม่ใช่
5. ท่านคิดว่าบริษัทไพรม์แอร์ จำกัด มีชื่อเสียงอยู่ในระดับใด
 - 5.1 () น้อย
 - 5.2 () ปานกลาง
 - 5.3 () มาก
6. ท่านคิดว่าบริษัทไพรม์แอร์ จำกัด เป็นบริษัทที่มีขนาดขององค์กรขนาดใด
 - 6.1 () เล็ก/ปานกลาง
 - 6.2 () ใหญ่
7. จำนวนครั้งต่อเดือนที่ท่านเรียกใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น"
 - 7.1 () น้อยกว่า 1 ครั้ง
 - 7.2 () 1 - 2 ครั้ง
 - 7.3 () 3 ครั้งขึ้นไป
8. จำนวนเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ "เทอร์น " ที่ท่านมีอยู่
 - 8.1 () 1 เครื่อง
 - 8.2 () 2 เครื่อง
 - 8.3 () 3 เครื่อง
 - 8.4 () 4 เครื่องขึ้นไป

9. ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น"กับบริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

9.1 () 1 - 2 ปี

9.2 () 3 - 4 ปี

9.3 () 5 - 6 ปี

9.4 () 7 ปีขึ้นไป

10. ในช่วงระยะเวลารับประกันเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทอร์น" ท่านได้รับการบริการบำรุงรักษาจากบริษัทไพรม์แอร์ จำกัด เป็นอย่างไร

10.1 () สม่าเสมอ

10.2 () ไม่สม่ำเสมอ

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างแต่ละข้อเพียงช่องเดียวที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ยี่ห้อ"เทรน" บริษัทไพรม์แอร์ จำกัด

ประเด็นพิจารณา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการติดต่อและนัดหมาย					
1. ความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อกับทางบริษัท					
2. ความมีอัธยาศัยดีและมีกิริยาวาจาสุภาพของเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ของบริษัท					
3.ความสนใจในการรับฟังและซักถามปัญหาของเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ของบริษัท					
4.ความสามารถในการให้ข้อมูลเบื้องต้นของเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์เพื่อให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ด้วยตนเองก่อน					
5.ความรวดเร็วในการนัดหมายวันเวลาในการให้เจ้าหน้าที่เข้าตรวจเช็คสภาพเครื่องปรับอากาศหลังจากที่ได้รับแจ้ง					
ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา					
6. ระยะเวลาในการรอคอยใบเสนอราคา					
7. ความถูกต้องและชัดเจนของใบเสนอราคา					
8. การอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ ในใบเสนอราคาของเจ้าหน้าที่บริษัท					
9. การแจ้งระยะเวลาที่ต้องใช้ในการบริการของเจ้าหน้าที่บริษัท					
10.การชี้แจงล่วงหน้าของเจ้าหน้าที่บริษัทกรณีที่มีโอกาสมีการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่าย(ราคา)					
11. ราคาค่าแรงในงานบริการ					
12. ราคาอะไหล่ในงานบริการ					
13. ส่วนลดค่าแรงในงานบริการ					
14. ส่วนลดค่าอะไหล่ในงานบริการ					
15. ระยะเวลาในการรอคอยอะไหล่ที่ใช้ในงานบริการ					
16. ระยะเวลาในการยื่นราคาค่าบริการในใบเสนอราคา					
17. เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการ					

ประเด็นพิจารณา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านคุณภาพงานบริการ					
18. การแจ้งล่วงหน้าก่อนเข้าบริการ					
19. การตรงต่อเวลาในการนัดหมายเข้าบริการ					
20. ความมีอัธยาศัยดีและมีกิริยาวาจาสุภาพของเจ้าหน้าที่ที่เข้าบริการ					
21. การปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่ที่เข้าบริการ					
22. ความพร้อม ความถูกต้องและเหมาะสมของแผนงานการบริการ					
23. มาตรฐานของขั้นตอนและวิธีการให้บริการ					
24. มาตรฐานของเครื่องมือในการให้บริการ					
25. ความสามารถในการแก้ปัญหาได้จบในการบริการครั้งเดียว					
26. ความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลในใบรายงานผลการบริการ					
27. ความรวดเร็วในการให้บริการและเสร็จตามกำหนดเวลา					
28. ความสะอาดเรียบร้อยของเครื่องปรับอากาศก่อนส่งมอบงาน					
29. ประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องปรับอากาศหลังรับบริการ					
30. คุณภาพของงานบริการเมื่อเทียบกับราคาค่าบริการ					
31. ความถูกต้องและชัดเจนของข้อแนะนำในการใช้งานและบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศของเจ้าหน้าที่ที่เข้าบริการ					
ด้านเงื่อนไขการให้บริการ					
32. ความชัดเจนในการระบุขอบเขตของงานบริการ					
33. การสนองความต้องการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการในด้านวันและเวลาที่จะเข้าบริการ					
34. ความเหมาะสมของระยะเวลาการรับประกันผลงานการบริการ					
35. ความสมเหตุสมผลในการเคลม(Claim)อะไหล่สำหรับงานบริการของเครื่องที่ยังอยู่ในประกัน					

ตอนที่ 3 โปรดให้ข้อเสนอแนะอื่นๆเพิ่มเติม

1 ด้านการติดต่อและนัดหมาย

.....

.....

.....

2 ด้านรายละเอียดการให้บริการและราคา

.....

.....

.....

3 ด้านคุณภาพงานบริการ

.....

.....

.....

4 ด้านเงื่อนไขการให้บริการ

.....

.....

.....

(ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม)

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5726, 5644

ที่ ทม 1012/ 2645

วันที่ ๕ เมษายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน กณบดีคณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นายอานนท์ ใจศรีตระกูล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่หือ “เทรน” บริษัท ไพรม์แอร์” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการใช้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่หือ “เทรน” บริษัท ไพรม์แอร์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายอานนท์ ใจศรีตระกูล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)
กณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5726, 5644

ที่ ทม 1012/ ๕๖๔๔

วันที่ ๙ เมษายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายอานนท์ ใจศรีตระกูล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่หือ “เทรน” บริษัท ไพรม์แอร์” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิมไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และ อาจารย์กาญจนาพรวิ อนันตจักรกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการต่อการให้บริการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่หือ “เทรน” บริษัท ไพรม์แอร์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายอานนท์ ใจศรีตระกูล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์อานนท์ ใจศรีตระกูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ

อาจารย์ประจำภาควิชาวัดผลและวิจัยการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์กาญจน์รวิ อนันต์อักษรกุล

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นาย อานนท์ ใจศรีตระกูล
วันเดือนปีเกิด	17 มิถุนายน 2512
สถานที่เกิด	จังหวัดราชบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	4304/2 ถ.พระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
ประวัติการศึกษา	มัธยมปีที่ 3 จากโรงเรียนสารสิทธิ์พิทยาลัย มัธยมปีที่ 6 จากโรงเรียนสันติราษฎร์วิทยาลัย วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต(วิศวกรรมเครื่องกล) จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(การตลาด) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ