

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการเงิน
ของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
นางสิริพันธ์ นวลอนันต์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ
พฤษภาคม 2545
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

658.8343

ส731ค

ร.3

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน
ของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

นางสิริพันธ์ นวลอนันต์

๒



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ

พฤษภาคม 2545

๒ 149617

13 ส.ค. 2545

สิริพันธ์ นวลอนันต์. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ใน 4 ด้านคือด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัดในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามเพศ สถานภาพ สมรส อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่ใช้บริการและตำแหน่งงาน ตลอดจนรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าต่อบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทช่วยเหลือทางการเงินบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด คือพนักงานของบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 340 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะใช้การทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง
2. ลูกค้าที่เพศต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
4. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติและเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
5. ลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติและเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6. ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
7. ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

8. ลูกค้ำที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARDS MEDICAL EMERGENCY ASSISTANCE:
INTERNATIONAL SOS SERVICES (THAILAND) LTD., BANGKOK**

**AN ABSTRACT
BY
MRS. SIRIPHAN NUALANANT**

**Presented in partial fulfill of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
May 2002**

Siriphan Nualanant (2002). *Customers' Satisfaction Towards Medical Emergency Assistance: International SOS Services (Thailand) Ltd., Bangkok*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor: Assist. Prof. Supee Limthai.

The purpose of this research was to study Customers' Satisfaction Towards Medical Emergency Assistance: International SOS Services (Thailand) Ltd., Bangkok in four aspects: information perception, staffs' service in operations department, corporate medical doctor's capabilities and convenience management. It compares Customers' Satisfaction Towards Medical Emergency Assistance: International SOS Services in four aspects by grouping customers under following classification: sex; marital status; age; educational level; income; time consume service and position. It also included recommendations from customers.

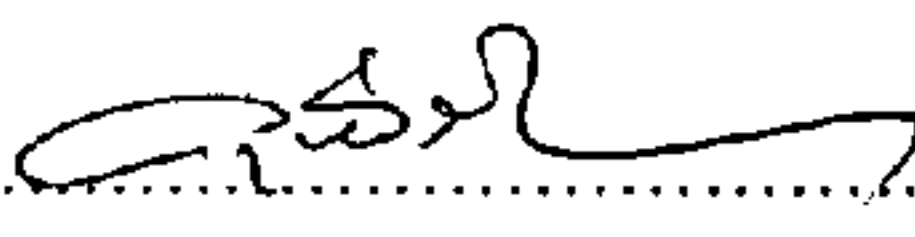
Samples of this research were 340 customers of Chevron Offshore (Thailand) Co., Ltd. from Taro Yamane method. A questionnaire was constructed and used as a tool to collect data. percentage, mean, standard deviation, t-test and one-way analysis of variance were statistical method to analyze data.

The research revealed that:

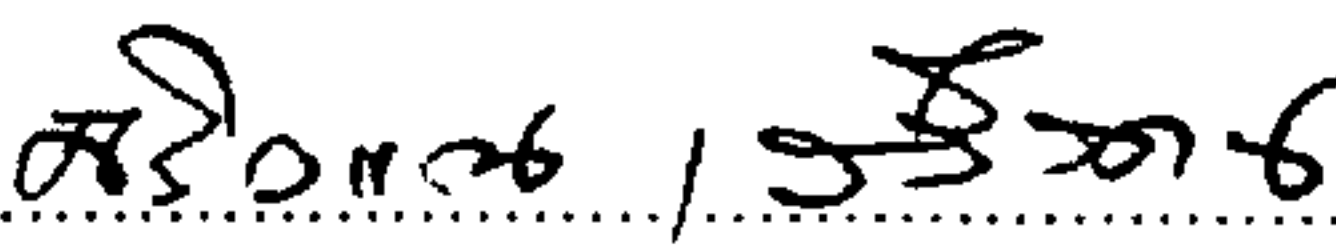
1. Customers' satisfaction for all aspects was at high level and each aspect was at high level except the information perception was at moderate level.
2. There was no statistical significance difference for the satisfaction in all aspects and each aspect from the customers with different sex.
3. There was no statistical significance difference for the satisfaction in all aspects and each aspect from the customers with different marital status.
4. There was no statistical significance difference for the satisfaction in all aspects and each aspect from the customers with different age, except the aspect of information perception, there was statistical significance difference level at .01.
5. There was no statistical significance difference for the satisfaction in all aspects from the customers with difference education level except the aspect of information perception, there was statistical significance difference level at .05.
6. There was statistical significance difference level at .01 for the satisfaction in all aspects and each aspect from the customers with different income.
7. There was statistical significance difference level at .01 for the satisfaction in all aspects and each aspect from the customers with different time consume service.
8. There was statistical significance difference level at .05 for the satisfaction in all aspects from the customers with different position and .01 only for the aspect of information perception.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้
พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

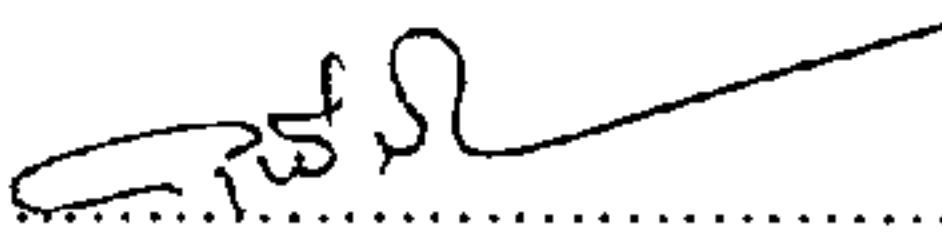
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

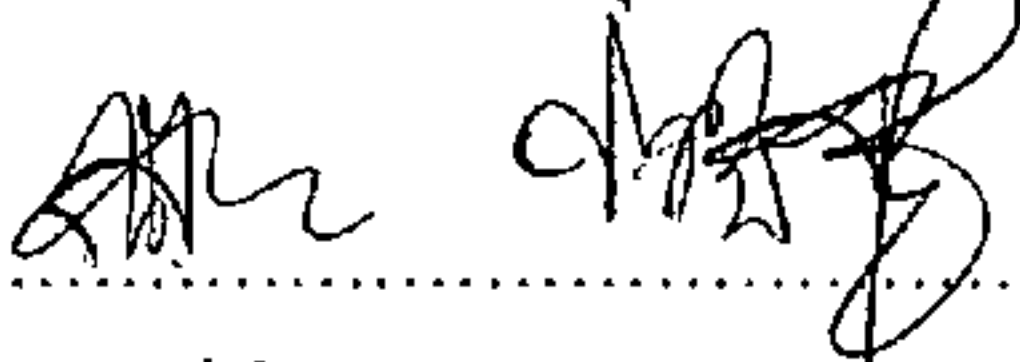

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุธีร์ ลิ้มไทย)

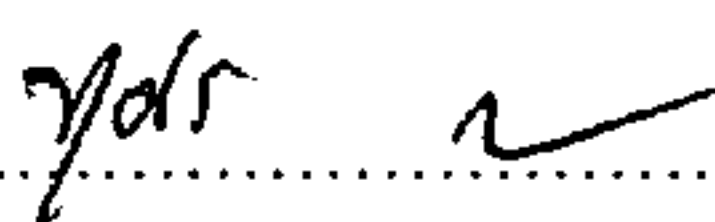
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ


.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุธีร์ ลิ้มไทย)


.....กรรมการ
(อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ชุตี วงศ์รัตน์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรกวิน)

วันที่ 6 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2545

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์ที่ปรึกษาการทำสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาช่วยเหลือแนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของสารนิพนธ์ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งสารนิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และอาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือและให้คำแนะนำในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปากเปล่าคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ และอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่ได้ให้คำแนะนำและพิจารณาการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณท่านคณาจารย์ทุกๆ ท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ เพื่อนๆ สาขาวิชาการจัดการที่ให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน ขอขอบคุณพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำในการทำงานสารนิพนธ์และขอขอบคุณพนักงานของบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

สุดท้ายขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่และอาจารย์พิพัฒน์ นวลอนันต์ ที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจตลอดมาจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เป็นที่เรียบร้อย สำหรับส่วนที่เป็นประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

สิริพันธ์ นวลอนันต์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	3
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	7
สมมุติฐานในการศึกษาค้นคว้าการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความเป็นมาของบริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน.....	8
ประโยชน์ของการเป็นสมาชิกบริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน.....	9
ประวัติความเป็นมาของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด.....	9
บริการประเภทต่าง ๆ ของบริษัท.....	10
ลักษณะของการให้บริการ.....	10
ยานพาหนะสำหรับเคลื่อนย้ายผู้ป่วย.....	11
สัญลักษณ์และคำขวัญของบริษัท.....	11
โครงสร้างของบริษัท.....	12
ประวัติความเป็นมาของบริษัท เซฟรอน ออฟซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด.....	14
แนวคิดในการให้บริการ.....	15
ความหมายของการบริการ.....	15
ส่วนประกอบทางบริการ.....	15
ความต้องการพื้นฐานของลูกค้า.....	16
เทคนิคการให้บริการที่ดี.....	17
การบริการที่มีคุณภาพ.....	17
ความหมายของความพึงพอใจ.....	20
ความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	21
ความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการ ทางการแพทย์ฉุกเฉิน.....	21
ความพึงพอใจด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท.....	21
ความพึงพอใจด้านการอำนวยความสะดวก.....	22
ความสำคัญของความพึงพอใจ.....	22
ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการ.....	22
การวัดความพึงพอใจต่อบริการ.....	23

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ.....	24
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า.....	25
	ทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจ.....	25
	ทฤษฎีของสัมพันธภาพ.....	26
	การสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคล.....	28
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
	งานวิจัยในประเทศ.....	28
	งานวิจัยต่างประเทศ.....	30
3	วิธีการศึกษาและรวบรวมข้อมูล.....	32
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	33
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
	การจัดกระทำข้อมูล.....	34
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	68
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	68
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	68
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	68
	วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	69
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	69
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
	อภิปรายผล.....	74
	ข้อเสนอแนะ.....	81
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	82

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	83
ภาคผนวก.....	87
ภาคผนวก ก.....	88
ภาคผนวก ข.....	95
ภาคผนวก ค.....	99

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33
2	จำนวนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้บริการและตำแหน่งงาน.....	40
3	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมทุกด้านและรายด้าน (N = 333).....	42
4	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมและรายข้อ (N = 333).....	43
5	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าด้านการบริการของพนักงาน ในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินโดยรวมและรายข้อ (N = 333).....	44
6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าด้านความสามารถของแพทย์ ประจำบริษัท โดยรวมและรายข้อ (N = 333).....	45
7	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าด้านการอำนวยความสะดวก โดยรวมและรายข้อ (N = 333).....	45
8	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ที่เขตแตกต่างกัน.....	47
9	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือ ทางการแพทย์ฉุกเฉิน จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	48
10	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน.....	49
11	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือ ทางการแพทย์ฉุกเฉิน จำแนกตามอายุ.....	50
12	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ที่อายุแตกต่างกัน.....	51
13	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือ ทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ.....	52
14	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	53
15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทาง การแพทย์ฉุกเฉิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (บาท).....	54
16	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่มี รายได้ต่างกัน.....	55

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	56
18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือ ทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด.....	59
19	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท แตกต่างกัน.....	60
20	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของ บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท.....	61
21	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือ ทางการแพทย์ฉุกเฉิน ของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด จำแนกตาม ตำแหน่งงาน.....	63
22	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน.....	64
23	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามตำแหน่งงาน.....	65
24	แสดงข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ.....	66

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจัยสำคัญพื้นฐานในการพัฒนาประเทศคือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เปรียบได้ว่าทรัพยากรมนุษย์นั้นเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุด ในการที่จะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นสิ่งสำคัญพื้นฐานที่มีความจำเป็นก็คือการที่ทรัพยากรมนุษย์มีสุขภาพอนามัยดี ซึ่งการที่มนุษย์เราจะมีสุขภาพอนามัยดีนั้นมีพื้นฐานมาจากการรับประทานอาหารดี สภาวะแวดล้อมเหมาะสม สุขภาพจิตดี และการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานดี แต่ในประเทศไทยนั้นการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานที่ทางรัฐบาลมีไว้บริการประชาชนทั่วไปนั้นยังไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับจำนวนประชากร มาตรฐานยังไม่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล อีกทั้งยังไม่ได้รับความสะดวกสบายเท่าที่ควร จากปัญหาดังกล่าวส่งผลให้มีการสร้างโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความพร้อมทางด้านบุคลากร วิทยาการทางการแพทย์ สถานที่ และบริการด้านอื่นๆ ที่ทันสมัยและรวดเร็วขึ้นมารองรับ ทำให้ประชาชนหันมานิยมบริการทางการแพทย์หรือโรงพยาบาลเอกชนมากยิ่งขึ้น สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าในปัจจุบันประเทศไทยเราได้เปลี่ยนแปลงจากประเทศที่มีผลผลิตทางด้านเกษตรกรรมมาเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ที่มีความสำคัญในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ ทั้งนี้เพราะว่าประเทศไทยมีแรงงานที่มีฝีมือทัดเทียมกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้ เช่น ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศไต้หวัน แรงงานชาวไทยจะมีฝีมือละเอียด ประณีต และมีค่าแรงถูกเมื่อเทียบกับประเทศสิงคโปร์และไต้หวัน ทำให้ประเทศที่เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมด้านต่างๆ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน และประเทศอื่นๆ รวมทั้งประเทศในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์เอง เช่น ประเทศสิงคโปร์เข้ามาตั้งโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในเมืองไทย ส่งผลให้ประชาชนชาวไทยมีงานทำ มีรายได้สูงขึ้น รู้จักเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้น มีวิถีการดำเนินชีวิตดีขึ้นและมีความสนใจในสุขภาพของตนเองมากขึ้น

ปัจจุบันนี้ถือว่าเป็นยุคที่มีวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีก้าวหน้า การติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายเน็ตเวิร์คหรือผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมมากเพราะสะดวกสบาย ประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย และมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ เช่นการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต การบริการทางธนาคารตลอด 24 ชั่วโมง บริการรับแจ้งอุบัติเหตุ 24 ชั่วโมง และบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง

ธุรกิจช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินเป็นธุรกิจการให้บริการที่ค่อนข้างใหม่สำหรับคนไทย ธุรกิจนี้ถือกำเนิดมาจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งมีบริการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ที่ประสบอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยในทุกๆ สถานที่ไม่ว่าจะเป็นที่ใดในโลก ถ้าพวกเขาเหล่านั้นเป็นสมาชิกของบริษัทให้ความช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินบริษัทจะส่งแพทย์ผู้เชี่ยวชาญพร้อมกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ไปให้ความช่วยเหลือและนำส่งโรงพยาบาล ติดตามอาการจนกระทั่งหายเป็นปกติและออกจากโรงพยาบาล บริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินนับได้ว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะบางครั้งอาจจะเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยระหว่างที่เดินทางหรืออยู่ที่ใด ๆ ก็ตามซึ่งบริษัทเหล่านี้ส่วนใหญ่จะมีเครือข่ายศูนย์รับแจ้งทั่วโลกไว้คอยบริการตลอด 24 ชั่วโมง สามารถให้ความช่วยเหลือได้ทันทีทั้งนี้เพราะว่ามีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย คณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ เครื่องบินหรือเฮลิคอปเตอร์เตรียมพร้อมสำหรับเหตุฉุกเฉิน ลูกค้าของบริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์

แพทย์ฉุกเฉินส่วนใหญ่ได้แก่ บริษัทที่ทำธุรกิจทางด้านน้ำมันซึ่งจะต้องเดินทางไปประจำยังฐานขุดเจาะน้ำมัน ซึ่งมีความเสี่ยงสูง บริษัทประกันภัย ชาวต่างประเทศที่เดินทางไปทำงานหรือพำนักรยังประเทศอื่น ผู้ที่เดินทางต่างประเทศบ่อยๆ นักเรียนและนักศึกษาที่เดินทางไปศึกษาต่างประเทศ

ธุรกิจช่วยเหลือทางการเงินจัดได้ว่าเป็นธุรกิจด้านการให้บริการ ปัจจุบันมีการพัฒนาบริการในรูปแบบต่างๆ หลากหลายมากขึ้น มีการแข่งขันกันมากขึ้น ในขณะเดียวกันลูกค้าก็มีมาตรฐานความเป็นอยู่สูงขึ้น และมีความคาดหวังปรารถนาคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น อีกทั้งปริมาณของการบริการที่มีอยู่ก็เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ตนเอง ครอบครัวและองค์กรของตนเองได้มากขึ้น ด้วย ลูกค้าจึงมีแนวโน้มเลือกใช้บริการที่ให้ความพึงพอใจสูงสุดเท่านั้น องค์กรต่างๆ จึงต้องพยายามหาวิธีการปรับกลยุทธ์เพื่อให้สามารถก้าวไปข้างหน้าเหนือคู่แข่งรายอื่นๆ และเพื่อความอยู่รอดขององค์กร

เมื่อเป็นเช่นนี้ การที่องค์กรผู้ผลิตสินค้าหรือให้บริการจะสามารถโน้มน้าวความสนใจของลูกค้าให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการของตนเองได้นั้นก็จำเป็นต้องเสนอสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุดเหนือคู่แข่งรายอื่นๆ การแข่งขันกันในลักษณะเช่นนี้เป็นการแข่งขันกันที่คุณภาพของสินค้า หรือการให้บริการในระดับที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า อาจกล่าวได้ว่าท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์นั้นจะมีสภาพการณ์แข่งขันสูง ดังนั้นความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรจะต้องให้ความสนใจและสนองตอบ องค์กรจึงจะสามารถประสบความสำเร็จในการบริหารรายได้ การประเมินผลลูกค้าหรือผู้รับบริการได้

การบริการเป็นหัวใจหลักของธุรกิจช่วยเหลือทางการเงิน ดังนั้นบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ได้กำหนดให้เจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ ทุกคนจะต้องมีหน้าที่และคุณสมบัติที่ต้องให้การบริการที่ดีแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด จากการให้บริการที่ผ่านมาถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะได้พยายามให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในทุกวิถีทางแล้วก็ตาม แต่การให้บริการของบริษัทฯ ยังมีสาเหตุอีกหลายประการที่ทำให้ลูกค้าไม่เกิดความประทับใจหรือไม่เกิดความพึงพอใจในการให้บริการได้แก่ พนักงานตอบข้อซักถามไม่ชัดเจน ลูกค้ามีความเข้าใจผิดในความรับผิดชอบของบริษัทฯ เพราะว่าบริษัทฯ เองได้เสนอโปรแกรมการบริการแบบต่างๆ ไว้หลากหลายซึ่งลูกค้าได้ซื้อโปรแกรมชนิดหนึ่งไปแต่เข้าใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์เทียบเท่ากับอีกโปรแกรมหนึ่ง การบริการที่ล่าช้า เป็นต้น

ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ถือได้ว่าเป็นปัญหาที่บั่นทอนความเจริญก้าวหน้าของบริษัทฯ ได้ จากสาเหตุและปัญหาการบริการตามที่กล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยซึ่งปฏิบัติงานมีหน้าที่โดยตรงและเสมือนเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ทำหน้าที่โดยตรงต่อการให้บริการแต่ยังขาดข้อมูลและยังขาดการศึกษาถึงการบริการที่ชัดเจนถึงผลการดำเนินการให้บริการต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการช่วยเหลือทางการเงินแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ส่วนหนึ่งนำไปปรับปรุงรูปแบบ วิธีการ และพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อสนองตอบความต้องการในการให้บริการลูกค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสามารถของแพทย์และด้านการอำนวยความสะดวก
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์และด้านการอำนวยความสะดวก จำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่ใช้บริการและตำแหน่งงาน
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าต่อบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสามารถของแพทย์และด้านการอำนวยความสะดวก

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการบริการ การบริหารงาน การดำเนินงาน และการพัฒนางานในบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด และบริษัทอื่นๆ ที่มีรูปแบบการบริการใกล้เคียงกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากร ได้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทช่วยเหลือทางด้านการแพทย์ฉุกเฉิน บริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัดคือ บริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานตั้งอยู่ชั้น 27 อาคารชั้น ทาวเวอร์บี เลขที่ 123 ถ. วิทยาดิรั้งสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02-6181000 โทรสาร 02-6181001 มีพนักงานรวมทั้งสิ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2543 เป็นจำนวน 663 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานของบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานตั้งอยู่ชั้น 27 อาคารชั้น ทาวเวอร์บี เลขที่ 123 ถ. วิทยาดิรั้งสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ผู้วิจัยใช้วิธีคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างเมื่อทราบขนาดของประชากร โดยใช้สูตร Taro Yamane ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คนและเลือกตัวอย่างตามสะดวก

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

3.1 ตัวแปรอิสระ: ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าซึ่งแบ่งเป็น

3.1.1 เพศ ซึ่งแบ่งเป็น

3.1.1.1 ชาย

3.1.1.2 หญิง

3.1.2 สถานภาพสมรส ซึ่งแบ่งเป็น

3.1.2.1 โสด

3.1.2.2 สมรส

3.1.2.3 หย่าร้าง

3.1.3 อายุ ซึ่งแบ่งเป็น

3.1.3.1 20 - 30 ปี

3.1.3.2 31 - 40 ปี

3.1.3.3 41 - 50 ปี

3.1.3.4 51 - 60 ปี

3.1.3.5 มากกว่า 60 ปี

3.1.4 ระดับการศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น

3.1.4.1 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

3.1.4.2 สูงกว่าปริญญาตรี

3.1.5 รายได้ของลูกค้าต่อเดือน

3.1.5.1 10,001 – 20,000 บาท

3.1.5.2 20,001 – 30,000 บาท

3.1.5.3 30,001 – 40,000 บาท

3.1.5.4 40,001 – 50,000 บาท

3.1.5.5 50,000 บาทขึ้นไป

3.1.6 ระยะเวลาที่ใช้บริการของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ซึ่งแบ่งเป็น

3.1.6.1 น้อยกว่า 3 เดือน

3.1.6.2 3 – 6 เดือน

3.1.6.3 มากกว่า 6 เดือน

3.1.7 ตำแหน่งงาน ซึ่งแบ่งเป็น

3.1.7.1 พนักงานระดับธุรการ

3.1.7.2 พนักงานระดับหัวหน้าแผนก

3.1.7.3 พนักงานระดับหัวหน้าส่วน

3.1.7.4 พนักงานระดับผู้จัดการ

3.1.7.5 พนักงานระดับผู้บริหาร

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้าน

- 4.2.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
- 4.2.2 การบริการของพนักงาน
- 4.2.3 ความสามารถของแพทย์
- 4.2.4 การอำนวยความสะดวก

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน หมายถึง บริษัทที่สามารถให้ความช่วยเหลือในกรณีที่มีสมาชิกต้องการคำปรึกษา ไม่สบาย เกิดอุบัติเหตุ หรือต้องการความช่วยเหลือใดๆ ก็ตามทางด้านการแพทย์ ไม่ว่าเหตุการณ์เหล่านั้นจะเกิดขึ้น ณ ที่แห่งใด หน่วยแพทย์เคลื่อนที่พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจะเดินทางไปให้ความช่วยเหลือและนำตัวเข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาล

2. บริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด หมายถึง บริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงต่อวันและตลอด 365 วันต่อปีและทางบริษัทฯ ยังมีบริการให้คำแนะนำปรึกษาทางด้านการแพทย์และสถานพยาบาลแก่ผู้ที่เป็นสมาชิก

3. ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เป็นสมาชิกของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ได้แก่พนักงานบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัดซึ่งใช้บริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด

4. รายได้ของลูกค้าต่อเดือน หมายถึง รายได้ที่พนักงานของบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับเป็นค่าตอบแทนในการทำงานเป็นรายเดือน

5. ระยะเวลาที่ใช้บริการของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนลเอสโอเอส จำกัด หมายถึง ระยะเวลาที่ลูกค้าได้ใช้บริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินจากบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด

6. ตำแหน่งงาน หมายถึง ตำแหน่งงานปัจจุบันของพนักงานบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

7. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ พอใจหรือประทับใจของลูกค้าที่เกิดขึ้นเมื่อได้ใช้บริการของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้าน

7.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้าน

- 7.1.1 ภาพพจน์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท
- 7.1.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท
- 7.1.3 ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ
- 7.1.4 ความแปลกใหม่ของบริการ เช่น บริการสำรองค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า
- 7.1.5 การให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัย
- 7.1.6 การแนะนำผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ
- 7.1.7 การให้ข้อมูลข่าวสารบริการพิเศษใหม่ๆ ของบริษัทฯ
- 7.1.8 การบริการเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับบริษัทฯ

7.1.9 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจของบริษัทฯ

7.2 การบริการของพนักงาน หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ที่ให้บริการได้แก่

- 7.2.1 ความสามารถของพนักงานในการอธิบายโปรแกรมการช่วยเหลือแบบต่างๆ
- 7.2.2 ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงาน
- 7.2.3 พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนโยน
- 7.2.4 ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ
- 7.2.5 ความเอาใจใส่ต่องานของลูกค้า
- 7.2.6 การติดตามงาน
- 7.2.7 ความสามารถของพนักงานในงานที่รับผิดชอบ
- 7.2.8 การให้บริการของพนักงานต่อลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน
- 7.2.9 ความเป็นผู้ฟังที่ดีและมีมารยาทที่ดีของพนักงาน
- 7.2.10 ความมีน้ำใจของพนักงาน
- 7.2.11 ความขยันขันแข็งในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน
- 7.2.12 พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน
- 7.2.13 การประสานงานกันของพนักงานเพื่อให้บริการที่มีคุณภาพ

7.3 ความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแพทย์ประจำบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ได้แก่

- 7.3.1 ความน่าเชื่อถือของแพทย์
- 7.3.2 ความเชี่ยวชาญของแพทย์
- 7.3.3 ทัศนคติของแพทย์
- 7.3.4 คำแนะนำของแพทย์
- 7.3.5 บุคลิกภาพของแพทย์
- 7.3.6 ความมีวิจรรณญาณของแพทย์
- 7.3.7 ความทันสมัยของแพทย์
- 7.3.8 ความสามารถในการรักษาของแพทย์

7.4 การอำนวยความสะดวก หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านความสะดวกสบายเมื่อได้รับบริการจากบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ประกอบด้วย

- 7.4.1 ความสะดวกในการโทรศัพท์มายังศูนย์รับแจ้งฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง
- 7.4.2 การทำงานอย่างมีระบบขั้นตอน
- 7.4.3 การลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับลูกค้า
- 7.4.4 การให้บริการที่ตรงเวลา
- 7.4.5 ความตรงต่อเวลาของแพทย์
- 7.4.6 การแต่งกายของแพทย์
- 7.4.7 ความกระตือรือร้นในการให้บริการต่อลูกค้าของแพทย์

กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า

ตัวแปรอิสระ

1. เพศ
2. สถานภาพสมรส
3. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. รายได้
5. ระยะเวลาที่ใช้บริการ
6. ตำแหน่งงาน



ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้านต่างๆ คือ

1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
2. การบริการของพนักงาน
3. ความสามารถของแพทย์
4. การอำนวยความสะดวก

สมมุติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้าที่เพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. ระยะเวลาที่ลูกค้าใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
7. ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าได้นำเสนอเรียงตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ความเป็นมาของบริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน
2. ประวัติความเป็นมาของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัดและบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
3. แนวคิดในการบริการ
4. ความหมายของความพึงพอใจ
5. ความหมายของความพึงพอใจด้านการรับรู้ข่าวสาร
6. ความหมายของความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน
7. ความหมายของความพึงพอใจด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท
8. ความหมายของความพึงพอใจด้านการอำนวยความสะดวก
9. ความสำคัญของความพึงพอใจ
10. ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
11. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า
12. ผลงานที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
 - 12.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 12.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. ความเป็นมาของบริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน

1.1 ความเป็นมาของบริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน

บริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินเริ่มก่อตั้งในทวีปอเมริกาเหนือเมื่อปี พ.ศ. 2517 โดยคณะแพทย์ที่มองเห็นความสำคัญทางการแพทย์ในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้นในขณะที่เดินทาง ซึ่งต้องการความช่วยเหลือโดยผู้ป่วยสามารถเรียกใช้บริการทางการแพทย์แบบฉุกเฉินนี้ในทุกที่ที่เดินทางไปได้ตลอดเวลา มีบริษัทให้ความช่วยเหลือในลักษณะนี้เกิดขึ้นหลายๆ บริษัทด้วยกันรวมทั้งบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด

1.2. ประโยชน์ของการเป็นสมาชิกบริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน

การเป็นสมาชิกของบริษัทช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน เป็นแผนงานที่เกี่ยวกับคุณค่าทางเศรษฐกิจของชีวิตมนุษย์ ชีวิตของเราจะมีค่าเท่าใดอยู่ที่ความสามารถในการหาเลี้ยงชีพและการเป็นที่พึ่งของผู้อื่นได้ เราจึงแยกแยะประโยชน์ของการเป็นสมาชิกช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินได้เป็น 3 ระดับคือ

1.2.1 ประโยชน์ต่อบุคคลและครอบครัว

1.2.1.1 ประโยชน์ในด้านให้ความคุ้มครองและช่วยให้คำปรึกษาเมื่อสมาชิกต้องการคำปรึกษาทางด้านการแพทย์ สถานพยาบาลหรือเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางการแพทย์ทั้งในประเทศต่างประเทศ หรือสมาชิกจากต่างประเทศต้องการทราบข้อมูลทางการแพทย์ในประเทศไทยหรือในประเทศใกล้เคียงก็สามารถโทรศัพท์มายังบริษัทให้ความช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินได้ตลอด 24 ชั่วโมง

1.2.1.2 ประโยชน์ในด้านให้ความอบอุ่นใจแก่ตนเองและครอบครัวเมื่อได้เป็นสมาชิก เพราะเมื่อสมัครเป็นสมาชิกแล้วสามารถรับประกันได้ว่าเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินทางการแพทย์ ไม่ว่าสมาชิกจะอยู่ที่ใด เวลาใด สามารถขอความช่วยเหลือได้เสมอ

1.2.2 ประโยชน์ต่อธุรกิจ

1.2.2.1 คุ้มครองธุรกิจไม่ได้รับความกระทบกระเทือน อันเนื่องมาจากการเจ็บไข้ ทุพพลภาพ หรือความมรณะของผู้เป็นเจ้าของ

1.2.2.2 คุ้มครองพนักงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าของบริษัท

1.2.2.3 คุ้มครองบุคคลที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น

1.2.3 ประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

1.2.3.1 ช่วยส่งเสริมสันติสุขในสังคม ทำให้สังคมทั่วไปมีหลักประกันและยังเป็นการแบ่งเบางานด้านประชาสงเคราะห์ของรัฐบาล

1.2.3.2 ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น ทำให้มาตรฐานด้านสุขภาพโดยรวมของสังคมดีขึ้นทั้งนี้เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุด

2. ประวัติความเป็นมาของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด

บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด เป็นบริษัทที่ให้ความช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่ใหญ่ที่สุดในโลก เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2517 ประกอบด้วยเครือข่ายศูนย์รับแจ้งฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง และคลินิกทั่วโลกกว่า 400 แห่ง มีทีมงานและทีมแพทย์ที่เชี่ยวชาญกว่า 2,500 คนทั่วโลก ปัจจุบันบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ให้บริการข้ามชาติกว่า 3,500 บริษัท และมีสมาชิกทั่วโลกกว่า 40 ล้านคน

บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ได้เข้ามาตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2532 สำนักงานตั้งอยู่ที่ชั้น 11 อาคารดิทีแอมทาวเวอร์ บี เลขที่ 93/1 ถ. วิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 02-2567145 มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและพนักงานที่มีความสามารถไว้คอยให้ความช่วยเหลือและบริการตลอด 24 ชั่วโมง

บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ได้มีการประสานงานทางด้านการแพทย์กับโรงพยาบาลที่มีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและมีทีมแพทย์ที่มีชื่อเสียงตามแต่ละพื้นที่ เช่น ในเขตกรุงเทพมหานครจะประสานงานกับโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์และโรงพยาบาลกรุงเทพ หรือในเขตต่างจังหวัดก็จะประสานงานกับโรงพยาบาลที่มีความพร้อมทันสมัยในจังหวัดนั้นๆ บางครั้งเห็นสมควรโดยคณะแพทย์ว่าควรจะ

เคลื่อนย้ายผู้ป่วยเข้ามารับการรักษาตัวในกรุงเทพฯ ก็จะส่งเครื่องบินพร้อมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญออกไปรับผู้ป่วยถึงที่และทำการเคลื่อนย้ายนำมารักษาตัวในโรงพยาบาลที่มีความพร้อมในกรุงเทพมหานคร

ในกรณีที่สมาชิกเดินทางไปต่างประเทศ หรือประเทศใกล้เคียงเช่น เวียดนาม พม่า และกัมพูชา แล้วเกิดอุบัติเหตุหรือไม่สบาย ทางบริษัทฯ ก็มีคลินิกของบริษัทฯ เองภายใต้ชื่อ คลินิกอินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส (International SOS Clinic) ซึ่งเป็นคลินิกที่ดีที่สุดในประเทศเหล่านี้ไว้คอยบริการ

2.1 บริการประเภทต่าง ๆ ของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด

- 2.1.1 บริการให้คำปรึกษาด้านการแพทย์ทางโทรศัพท์
- 2.1.2 บริการแนะนำสถานพยาบาล
- 2.1.3 บริการประสานงานนำส่งสถานพยาบาล
- 2.1.4 บริการนัดหมายกับแพทย์
- 2.1.5 บริการสำรองจ่ายค่ารักษาพยาบาล
- 2.1.6 บริการติดตามอาการขณะรักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาล
- 2.1.7 บริการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยฉุกเฉิน
- 2.1.8 บริการส่งผู้ป่วยกลับประเทศ
- 2.1.9 บริการส่งศพกลับประเทศ
- 2.1.10 บริการข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่จะเดินทางไป

2.2 ลักษณะของการให้บริการ

บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่แผนกปฏิบัติการทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญและมีความเป็นสากลไว้คอยให้คำปรึกษา และคอยให้คำแนะนำแก่สมาชิกตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับการบริการแก่สมาชิกในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีวิทยาการทางการแพทย์เจริญก้าวหน้ามีโรงพยาบาลเอกชนที่มีความเป็นเลิศอยู่หลายแห่ง ทางบริษัทฯ ได้ทำสัญญาการให้บริการร่วมกับโรงพยาบาลที่มีความพร้อมทางด้านแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ บุคลากร เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลกรุงเทพและโรงพยาบาลชั้นนำในจังหวัดต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าหรือสมาชิกของบริษัทฯ สามารถเข้ารับการักษาตัว โดยมีทีมงานของบริษัทฯ คอยดูแลเยี่ยมไข้ทุกวัน ดำเนินการทางด้านธุรการต่างๆ อีกทั้งระหว่างที่รักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาลลูกค้าหรือสมาชิกก็สามารถติดต่อศูนย์รับแจ้งฉุกเฉินได้ตลอดเวลา ทีมงานของบริษัทฯ จะดูแลจนกระทั่งหายป่วยและออกจากโรงพยาบาล และสามารถเดินทางกลับภูมิลำเนาได้ในกรณีที่เป็สมาชิกชาวต่างประเทศ ส่วนการให้บริการแก่สมาชิกที่มีภูมิลำเนาหรือชาวต่างประเทศที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศแถบอินโดจีน เช่น ประเทศเวียดนาม กัมพูชา ลาว ซึ่งเป็นประเทศที่วิทยาการทางการแพทย์ยังไม่ทันสมัย ยังไม่มีโรงพยาบาลเอกชนที่มีความพร้อมนั้น ทางบริษัทฯ ได้จัดตั้งคลินิก เอสโอเอส (International SOS Clinic) ซึ่งมีความพร้อมทางด้านแพทย์ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นแพทย์ที่ส่งมาจากต่างประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น สถานพยาบาลที่มีความทันสมัย เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยส่งตรงมาจากต่างประเทศเพื่อรองรับสมาชิกและลูกค้าทุกๆ ไปซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างประเทศที่ไปพำนักรหรือทำงานในประเทศเหล่านี้ ในปัจจุบันคลินิก เอสโอเอสในประเทศดังกล่าวเป็นสถานพยาบาลของเอกชนที่มีความทันสมัยและมีความพร้อมที่สุด

บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด เป็นบริษัทข้ามชาติประกอบด้วยเครือข่ายศูนย์รับแจ้งฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง คลินิกทั่วโลกกว่า 400 แห่ง มีทีมงานและทีมแพทย์ที่เชี่ยวชาญกว่า 2,500 คนทั่วโลก บริการข้ามชาติกว่า 3,500 บริษัท และมีสมาชิกทั่วโลกกว่า 40 ล้านคน ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงสามารถให้บริการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยระหว่างประเทศได้โดยมีเครือข่ายสถานพยาบาลหรือคลินิกที่ทันสมัยรองรับได้ในแต่ละประเทศ

2.3 ยานพาหนะสำหรับเคลื่อนย้ายผู้ป่วย

2.3.1 บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ได้ประสานงานกับโรงพยาบาลต่างๆ ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด เพื่อส่งรถพยาบาลไปรับตัวผู้ป่วยเพื่อนำมารักษายังโรงพยาบาลในพื้นที่ที่ผู้ป่วยอยู่ หรืออาจจะเคลื่อนย้ายผู้ป่วยนำมารักษาตัวในโรงพยาบาลที่มีความพร้อมทางวัสดุอุปกรณ์ ทั้งนี้จะต้องอยู่ในดุลยพินิจของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

2.3.2 บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ทำสัญญาการเช่าเหมาลำเฮลิคอปเตอร์กับทางบริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด ในกรณีที่ต้องการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยกรณีฉุกเฉิน

2.3.3 บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ทำสัญญากับทางบริษัท การบินไทย จำกัด ในการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยที่สามารถโดยสารกับผู้โดยสารได้ โดยทางบริษัท การบินไทย จำกัด จะจัดที่นั่งหรือสำรองที่นั่งเป็นกรณีพิเศษให้

2.4 สัญลักษณ์และคำขวัญของบริษัท

สัญลักษณ์ (Logo) ของบริษัท ประกอบด้วยลูกโลกทางด้านซ้ายมือและมีอักษรภาษาอังกฤษคำว่า International SOS ทางด้านขวามือ หมายถึง บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด เป็นบริษัทให้ความช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่มีเครือข่ายมากที่สุดในโลก

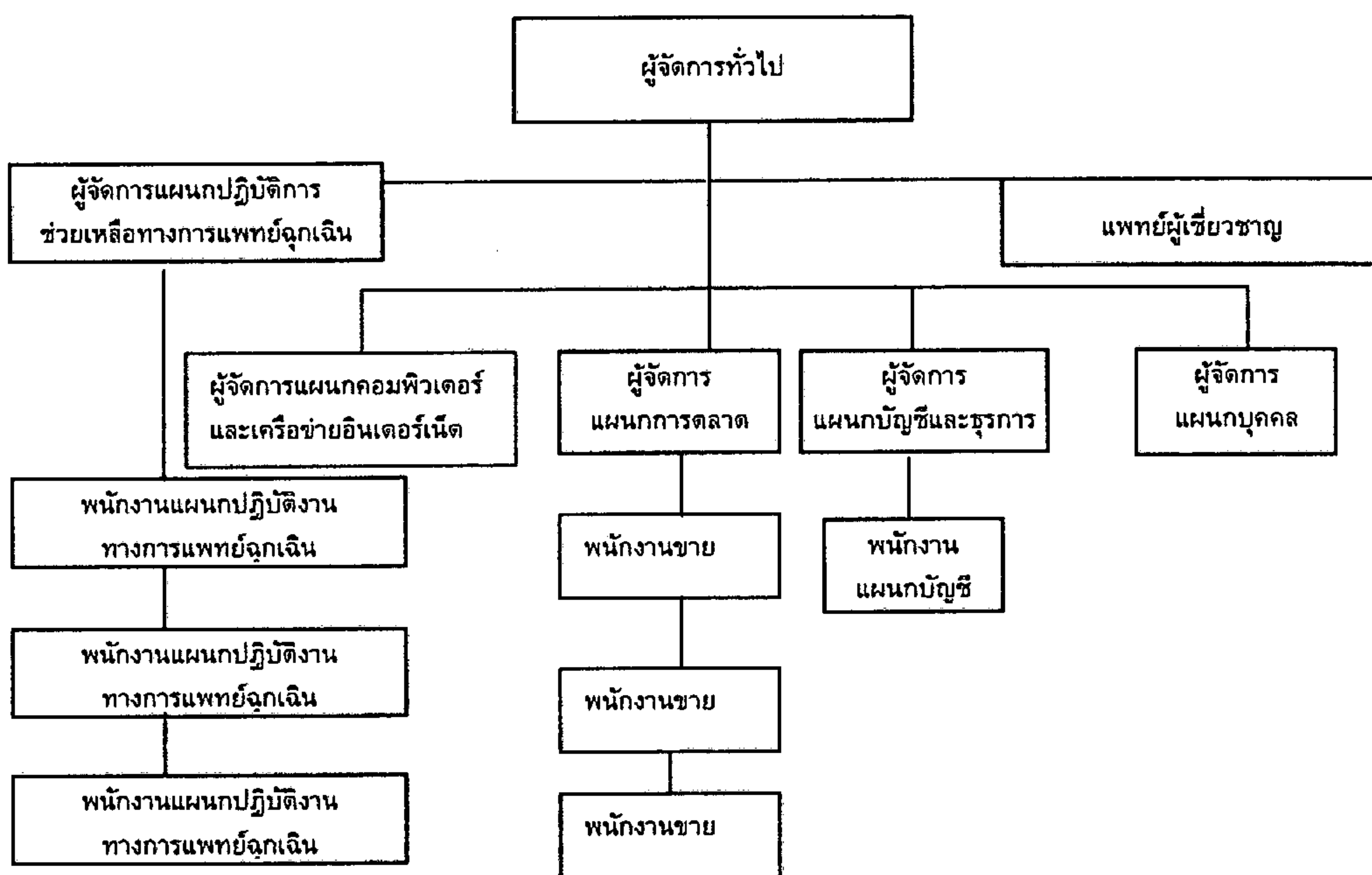


ภาพประกอบ 1 สัญลักษณ์บริษัท

คำขวัญของบริษัทที่ใช้ในปัจจุบันคือ “ไม่ว่าคุณจะอยู่ที่ใดในโลก ไม่ว่าจะเป็นเวลาใด เราช่วยเหลือคุณได้เสมอ”

2.5 โครงสร้างของบริษัท

บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ได้จัดโครงสร้างบริษัทฯ เพื่อแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานของพนักงานให้ชัดเจน เพื่อให้การทำงานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการสูงสุดของลูกค้าดังนี้



ภาพประกอบ 2 โครงสร้างองค์การบริหาร

จากแผนภาพสามารถแบ่งหน้าที่ตามหน้าที่การทำงานได้ดังต่อไปนี้:-

2.5.1 ผู้จัดการทั่วไป ทำหน้าที่บริหารงานระดับสูงทั้งหมดภายในบริษัทฯ ทั้งทางด้านการขาย การปฏิบัติการทางการเงิน การทำงานงบประมาณประจำปี ดูแลรายรับ-รายจ่ายของบริษัทฯ การวางแผนงาน การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาองค์กร

2.5.2 ผู้จัดการแผนกปฏิบัติการทางการเงิน ทำหน้าที่ดูแลงานทางด้านการปฏิบัติงานทางการเงิน ในกรณีที่สมาชิกหรือลูกค้าโทรศัพท์เข้ามาติดต่อ ปรีกษาหรือมีปัญหาใดๆ ก็ตาม แผนกนี้จะต้องเป็นผู้ที่รับเรื่องราวทั้งหมดและแก้ไขปัญหาจนเสร็จสิ้น ซึ่งแผนกนี้ถือว่าเป็นแผนกที่มีความสำคัญของบริษัทฯ เป็นทั้งแผนกบริการและแผนกประชาสัมพันธ์เพราะขณะที่ลูกค้าโทรศัพท์เข้ามา พนักงานในแผนกปฏิบัติการทางการเงินนี้จะเป็นผู้ที่รับโทรศัพท์ทั้งหมด โดยทีมงานทุกคนในแผนกนี้จะต้อง

ได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี สามารถตอบคำถามของลูกค้าหรือผู้ที่โทรศัพท์ติดต่อเข้ามาได้ทั้งหมด แผนกปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินนี้ ทำงานทุกวันในแต่ละวันก็จะทำงาน 24 ชั่วโมงโดยแบ่งพนักงานทำงานเป็นกะกลางวันเริ่มงานตั้งแต่เวลา 09.00 น. – 18.00 น. และกะกลางคืนเริ่มงานในเวลา 18.00 น. – 09.00 น. ของวันถัดไปโดยที่พนักงานในแผนกกลางคืนนี้จะทำงานคืนวันคืนคือถ้าคืนนี้ทำงานก็จะได้หยุดในคืนถัดไป สาเหตุที่ทำเช่นนี้ก็เพราะว่าทางบริษัทห่วงใยในสุขภาพของพนักงานนั่นเอง และในการโอนงานเปลี่ยนกะกันในแต่ละวันพนักงานทุกคนจะต้องทำการมอบหมายงาน (Transmission) โดยพนักงานทุกๆ คนในแผนกนี้จะต้องรับฟัง การมอบหมายงานจากพนักงานทำงานในกะกลางวันให้กับพนักงานที่จะรับงานต่อในกะกลางคืน และพนักงานในกะกลางคืนที่จะมอบหมายงานต่อให้พนักงานที่จะรับงานต่อในกะกลางวันของวันถัดไป สาเหตุที่ทำเช่นนี้ก็เพราะว่าพนักงานทุกคนจะต้องรับรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นในแต่ละวันของลูกค้าเพราะว่างานบริการแก่ลูกค้ารายหนึ่งอาจจะไม่เสร็จสิ้นในการให้บริการในครั้งเดียว ลูกค้าอาจจะติดต่อกลับเข้ามาอีกหรืออีกนัยหนึ่งทางบริษัทฯ จะต้องให้บริการทางการแพทย์ฉุกเฉินนี้จนกว่าลูกค้าหายเป็นปกติ ออกจากโรงพยาบาลและอาการหายเป็นปกติดีแล้ว ในแผนกปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินนี้ยังได้แบ่งพนักงานออกเป็น 2 ส่วนงานคือ

2.5.2.1 ส่วนปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินภาษาอังกฤษ พนักงานในแผนกนี้คอยบริการลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ทั้งนี้เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลจึงมีผู้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารมาก ดังนั้นลูกค้าที่ติดต่อเข้ามานอกจากคนไทยแล้วก็จะสื่อสารกันด้วยภาษาอังกฤษ ทางบริษัทฯ จึงได้จัดพนักงานในแผนกนี้ที่มีความเชี่ยวชาญในภาษาอังกฤษเป็นอย่างดีไว้คอยบริการลูกค้าจำนวน 20 คนในเวลากลางวัน และจัดพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในภาษาอังกฤษไว้คอยบริการลูกค้าจำนวน 3 คนในเวลากลางคืน

2.5.2.2 แผนกปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินภาษาญี่ปุ่น นอกจากภาษาอังกฤษจะเป็นภาษาสากลแล้ว ทางบริษัทฯ ยังได้เห็นความสำคัญของลูกค้าในทวีปเอเชียด้วยกันเองคือประเทศญี่ปุ่น ชาวญี่ปุ่นเป็นผู้ที่นิยมทำประกันทางการแพทย์ฉุกเฉินมาก ประชาชนชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่นิยมสื่อสารเป็นภาษาญี่ปุ่น มีเพียงจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับประชากรทั้งหมดที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงได้จัดพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในภาษาญี่ปุ่นซึ่งเป็นพนักงานชาวญี่ปุ่น 2 คนและคนไทยที่มีความเชี่ยวชาญในภาษาญี่ปุ่นอีก 4 คนไว้คอยบริการลูกค้าชาวญี่ปุ่นโดยเฉพาะ โดยพนักงานในส่วนงานภาษาญี่ปุ่นจะทำงานเป็นจำนวน 5 คนในกะกลางวัน และอีก 1 คนทำงานในกะกลางคืน

2.5.3 ผู้จัดการแผนกคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำหน้าที่ในการดูแลระบบคอมพิวเตอร์ทั้งในบริษัทฯ เองและเครือข่ายของบริษัทฯ ทั่วโลก

2.5.4 ผู้จัดการแผนกการตลาด ทำหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นลูกค้ารูปแบบบุคคล (Individual client) หรือลูกค้ากลุ่มที่เป็นสมาชิกทั้งบริษัท (Corporate clients) อีกทั้งเป็นผู้วางแผนการตลาด ประเมินการยอดขาย ทำแผนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์บริษัท บริหารพนักงานขายให้ทำงานประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

2.5.5 ผู้จัดการแผนกบัญชีและธุรการ ทำหน้าที่ทางด้านการเงิน บัญชีรายรับ-บัญชีรายจ่าย ตลอดจนดูแลด้านธุรการต่างๆ ภายในบริษัทฯ

2.5.6 ผู้จัดการแผนกบุคคล ทำหน้าที่ดูแลทางด้านการรับสมัครพนักงาน การฝึกอบรม ด้านสวัสดิการ ด้านเงินเดือน และระเบียบต่างๆ ของพนักงาน

2.5.7 แพทย์ผู้เชี่ยวชาญประจำบริษัท โดยแบ่งเป็นแพทย์ที่ประจำหน้าที่ในเวลากลางวัน เริ่มงานในเวลา 09.00 น.-18.00 น. 1 ท่าน และ 18.00 น.-24.00 น. 1 ท่าน และถ้ามีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้นระหว่างเวลา 24.00 น.-08.59 น. พนักงานในแผนกปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินสามารถโทรศัพท์ติดต่อแพทย์ประจำบริษัททั้ง 2 คนนี้ได้ตลอดเวลา แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 คนนี้จะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษากรณีที่สมาชิกหรือลูกค้าติดต่อเข้ามาและขอคำปรึกษาทางด้านการแพทย์ หรือในกรณีที่สมาชิกประสบอุบัติเหตุ หรือต้องการความช่วยเหลือในสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในประเทศไทยหรือประเทศใกล้เคียง เช่น เวียดนาม กัมพูชา ลาว แพทย์ก็จะออกไปปฏิบัติหน้าที่พร้อมกับเจ้าหน้าที่ของบริษัท โดยอาศัยเฮลิคอปเตอร์เช่าเหมาลำกับบริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัดซึ่งมีการทำสัญญาการใช้บริการเป็นประจำอยู่แล้ว ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องเคลื่อนย้ายผู้ป่วยเข้ามารักษาในเขตกรุงเทพมหานคร หรือต้องการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยที่อยู่ห่างไกลจากสถานพยาบาลไปยังสถานพยาบาลที่อยู่ใกล้ที่สุดเป็นกรณีเร่งด่วน หรือติดต่อกับบริษัทการบินไทย จำกัด ในการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยจากพื้นที่ที่อยู่ในเส้นทางบินไปยังสถานพยาบาลที่อยู่ในเส้นทางการบินเดียวกัน

ประวัติความเป็นมาของบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท เซฟรอน คอร์เปอร์เรชั่น จำกัดประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำธุรกรรมทางด้านการขุดเจาะน้ำมันขนาดใหญ่ บริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เปิดดำเนินการในประเทศไทยเมื่อต้นปี พ.ศ. 2542 มีผู้ถือหุ้นคือบริษัท เซฟรอน คอร์เปอร์เรชั่น จำกัดจำนวนร้อยละ 51.66 ห้างหุ้นส่วนไทยไปจำนวนร้อยละ 46.34 และตระกูลโสภณพานิชจำนวนร้อยละ 2 สำนักงานในประเทศไทยตั้งอยู่ที่ชั้น 27 อาคาร ชันทาวเวอร์บี เลขที่ 123 ถ. วิทยาดิรั้งสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02-6181000 โทรสาร 02-6181001

บริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับสัมปทานในการขุดเจาะน้ำมันที่อ่าวไทยในพื้นที่บล็อกบี 32 ซึ่งถ้าวัดระยะทางจากท่าเรือ อ. สัตหีบ จ. ชลบุรี ไปยังฐานขุดเจาะเบญจมาศจะเป็นระยะทางประมาณ 240 กิโลเมตร ในปลายปี พ.ศ. 2543 ทางบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มีฐานการขุดเจาะน้ำมันรวมทั้งสิ้นจำนวน 4 ฐานคือ

1. ฐานขุดเจาะทานตะวัน เริ่มดำเนินการสร้างฐานขุดเจาะในปี พ.ศ. 2538 ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 275 ตารางกิโลเมตร เริ่มทำการขุดเจาะน้ำมันได้ในต้นปี พ.ศ. 2540
2. ฐานขุดเจาะเบญจมาศ เริ่มดำเนินการสร้างฐานขุดเจาะในปี พ.ศ. 2540 ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 410 ตารางกิโลเมตร เริ่มทำการขุดเจาะน้ำมันได้ในกลางปี พ.ศ. 2542
3. ฐานขุดเจาะมะลิวัลย์ เริ่มดำเนินการสร้างฐานขุดเจาะในปี พ.ศ. 2540 ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 370 ตารางกิโลเมตร เริ่มทำการขุดเจาะน้ำมันได้ในปลายปี พ.ศ. 2544
4. ฐานขุดเจาะจามจุรี เริ่มดำเนินการสร้างฐานขุดเจาะในปี พ.ศ. 2543 ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 500 ตารางกิโลเมตร คาดว่าจะทำขุดเจาะน้ำมันได้ในปี พ.ศ. 2547

ในปี พ.ศ. 2543 ทางบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มีหลุมขุดเจาะน้ำมันรวมทั้งสิ้น 34 หลุม โดยทางบริษัทฯ ได้ทำสัญญาขายน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติที่ขุดเจาะได้กับทางการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จำกัด เป็นเวลา 30 ปี ในปี พ.ศ. 2543 บริษัทฯ มียอดขายทั้งสิ้น 6 พันล้านบาท มีพนักงานรวมทั้งสิ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2543 เป็นจำนวน 663 คน

3. แนวคิดในการบริการ

3.1 ความหมายของการบริการ

งานสัมพันธระหว่างมนุษย์ (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539 : 6) มีเงื่อนไขแห่งการให้ทั้งรูปธรรมนามธรรม ในเชิงความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง

ผู้ปฏิบัติต้องมีความเข้าใจในมนุษย์ โดยยึดถือความพอใจ ความต้องการของผู้รับเป็นหลักทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมทางด้านจิตใจ ไหวพริบและปฏิภาณอยู่ตลอดเวลา

อุตสาหกรรมที่ต้องแข่งขัน เพื่อให้ถูกเลือกโดยผู้ซื้อ ซึ่งมีอิทธิพลสูงในปัจจุบัน

กิจกรรม ก่อนการขายสินค้า ขณะขายสินค้า หรือหลังการขายสินค้า

กิจกรรม เพื่อสร้างความอบอุ่นใจ เป็นมิตร สะดวกสบาย ให้ข้อมูลข่าวสาร ปฏิบัติตามคำร้องขอ

กิจกรรม ให้บริการลูกค้า ให้บริการกับพนักงานในส่วนงานต่างๆ

งานบริการ หมายถึง งานที่ทำให้ผู้อื่น (ศิริพร ดันติพุลวินัย. 2508 : 1) ได้รับความพอใจ สะดวกสบาย ทำให้ลูกค้าพอใจ (Custom's Satisfaction) ซึ่งลูกค้าทุกคนมีความต้องการและความคาดหวังต่างกัน

สรุป ความหมายของการบริการ คือ กระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวกและกระทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

3.2 ส่วนประกอบทางบริการ (Service Mix)

3.2.1 กลุ่มที่มีผลก่อนรับบริการ (Pre-Service Factors)

3.2.1.1 ภาพพจน์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท (Company Image)

3.2.1.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท (Creditability of Company)

3.2.1.3 ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ (Cost of Service)

3.2.1.4 ความแปลกใหม่ของบริการ (Creativity of Service)

3.2.2 กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ (During-Service Factors)

3.2.2.1 ความสะดวกสบายขณะใช้บริการ (Conveniency)

3.2.2.2 ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ (Contectness)

3.2.2.3 กิริยามารยาทที่งดงามของผู้ให้บริการ (Courtesy)

3.2.2.4 ความซบซึ้งนุ่งยากในขั้นตอนรับบริการ (Carelessness)

3.2.2.5 ความประณีตบรรจงและพิถีพิถันขณะบริการ (Carefulness)

3.2.2.6 ความเลินเล่อของผู้ให้บริการ (Carelessness)

3.2.2.7 ฝีมือ ภูมิปัญญา และความสามารถของบริการ (Competence)

3.2.3 กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการแล้ว (Post-Service Factors)

3.2.3.1 ความสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าก่อนมารับบริการ
(Conformance to Customer Expectation)

3.2.3.2 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ (Completeness of Service)

3.2.3.3 ความคงเส้นคงวาด้านคุณภาพของบริการ (Consistency of Service Quality)

3.2.3.4 การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนของลูกค้า (Complaint Handling)

3.2.3.5 ความคุ้มค่าเงินหรือไม่ของบริการนั้น (Cost Effectiveness) (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539 : 7)

3.3 ความต้องการพื้นฐานของลูกค้า

พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผู้มีการปฏิบัติงานต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับลูกค้า จำเป็นต้องเรียนรู้หลักเกณฑ์และศิลปะของการเข้าถึงจิตใจและความต้องการของบุคคลเหล่านั้น โดยการรับฟังการซักถามและการสังเกตเมื่อลูกค้ามาขอรับบริการ ตลอดจนการจำสิ่งที่ลูกค้าเคยขอรับบริการมาก่อน (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539 : 8)

3.3.1 ลูกค้าต้องการความสะดวกสบาย ได้นั่ง ไม่ต้องออกแรง ไม่ต้องกรอกแบบฟอร์ม ขั้นตอนการขอรับบริการไม่ยุ่งยาก

3.3.2 ลูกค้าต้องการได้รับการบริการที่สุภาพ มีไมตรีจิต จริงใจ ได้รับเกียรติ ได้รับความเกรงใจ เชื่อถือ ต้องการให้ผู้บริการจำชื่อของตนได้ และที่สำคัญต้องการได้รับการต้อนรับที่มีลักษณะดีกว่าหรือไม่ยิ่งหย่อนกว่าผู้อื่นด้วยความเสมอภาค

3.3.3 ลูกค้าต้องการพบเห็นและได้อยู่ในที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ และปลอดภัย เคล็ดล้นสู่การบริการเพื่อความเป็นเลิศ

การที่คนเรามีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ช่วยเหลือร่วมมือกันได้ดีนั้นสิ่งสำคัญคือ การสร้างมิตรภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน โดยเฉพาะผู้ให้บริการจะได้รับความประทับใจจากลูกค้าหรือผู้ที่มาติดต่อด้วย ฉะนั้นการที่เราจะสร้างมิตรภาพหรือมนุษยสัมพันธ์ได้ดีนั้น สิ่งหนึ่งที่เราควรจะทำความเข้าใจก่อนเป็นอันดับแรกก็คือ การเข้าใจในธรรมชาติของมนุษย์ เพื่อแสวงหาวิธีการสร้างสัมพันธภาพได้อย่างเหมาะสม (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539 : 11)

ตามแนวของจิตวิทยายกกว่า ธรรมชาติของมนุษย์ มี 10 ประการ คือ

(1.) คนเราจะรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญ ดังนั้น การให้ความสำคัญแก่คนอื่นก็จะทำให้คนอื่นนั้นพึงพอใจเราได้

(2.) ให้คนอื่นรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน ผู้ให้บริการที่ดี ควรแสดงการเห็นด้วยหรือคล้อยตามความคิดเป็นของลูกค้าก่อน แล้วจึงชี้แจงถึงข้อจำกัดหรือความแตกต่าง เพื่อความเข้าใจที่ดีต่อกัน

(3.) สนใจตนเองมากกว่าคนอื่น การบริการที่ดีควรให้ความสนใจผู้รับบริการเป็นพิเศษ

(4.) อยากเจริญก้าวหน้าขึ้นเรื่อยๆ คือการทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเขาคือบุคคลพิเศษที่ควรได้รับความสนใจ ต้อนรับ ดูแลหรือให้บริการ

(5.) อยากจะจัดการปัญหาต่างๆ ทันทีเมื่อลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกเกิดปัญหาต่างๆ ขึ้นเขาจะต้องการให้เราแก้ไขในทันที

(6.) ธรรมชาติของคนเราอยากจะถูกมากกว่าฟังหรือปฏิบัติตาม ฉะนั้นการบริการที่ดีเกิดจากการฟัง ที่ดีด้วย

(7.) อยากให้คำปรึกษามากกว่าขอคำแนะนำ ดังนั้น การบริการจึงไม่ใช่การสั่งสอนลูกค้า หรือการชี้แนะให้ลูกค้าปฏิบัติตาม

(8.) คนเราไม่ชอบการควบคุมที่ใกล้ชิดเกินไป ทำให้เกิดความรู้สึกอึดอัดหรือรำคาญ การบริการที่ดี จึงไม่ควรเดินตามตามจู้จี้กับลูกค้า

(9.) คนเราไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง มักเกิดความสงสัยเสมอ ดังนั้น ควรมีการทำความเข้าใจกันก่อนและถ้าหากการเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้สถานะของลูกค้าดีขึ้น พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ก่อนล่วงหน้า ลูกค้า ก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

(10.) มีนิสัยอยากรู้ อยากเห็นตลอดเวลา ดังนั้น เพื่อให้เกิดการบริการที่ดีจึงให้ข่าวบอกกล่าวแก่ประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าเสมอ

3.4 เทคนิคการให้บริการที่ดี

คุณภาพของการให้บริการที่ดี คือ SERVICE 7 อักษร มีดังต่อไปนี้ (ชานาญ ภูเอี่ยม. 2537)

S = SMILING & SYMPATHY ยิ้มแย้มแจ่มใสและเห็นอกเห็นใจลูกค้า

E = EARLY REPONSE ให้บริการอย่างรวดเร็ว และรู้ใจมีต้องให้ลูกค้าร้องขอ

R = RESPECTFUL แสดงออกถึงความเคารพนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

V = VOLUNTARINESS MANNER ให้บริการด้วยความเต็มใจ มีใจเสียใจทำ

I = IMAGE ENHANCING การแสดงออกซึ่งเสริมภาพพจน์ผู้ให้บริการและองค์กร

C = COURTESY กิริยาอาการ สุภาพ อ่อนโยน มีมารยาทดี

E = ENTHUSIASM มีความกระตือรือร้นในการบริการ ให้บริการมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

3.5 การบริการที่มีคุณภาพ

การบริการลูกค้า คือ การปฏิบัติต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าและบริการนั้นๆ ตามความต้องการพร้อมทั้งเกิดความพอใจ

จุดสำคัญที่สุดของการให้บริการ คือการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ที่มาติดต่อบริการ หรือธุรกิจของเราเพราะลูกค้าจะพอใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับบริการที่เราให้กับลูกค้า

สิ่งหนึ่งของจิตสำนึกในงานบริการที่ดีและมีคุณภาพ ด้วยประสิทธิภาพของเราในฐานะผู้ให้บริการ คือ

(1.) ความรัก ความศรัทธาในตัวสินค้าและองค์กร

(2.) มุ่งหมายที่จะทำหน้าที่ของตนให้ดีที่สุด

(3.) ปฏิบัติงานอย่างมีระเบียบและมีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า หรือผู้มาติดต่อ

ปัจจุบันนี้ บุคลากรทุกระดับขององค์กรมีส่วนสำคัญในการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพ ทั้งนี้ จำเป็นต้องอาศัยทักษะและเทคนิคต่างๆ ที่จะผูกใจลูกค้า ผู้ที่มาติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการเป็นสำคัญ ซึ่งการให้บริการนั้นทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ระหว่างติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ ด้วยเหตุนี้การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่ติดต่อบริการเกิดความเชื่อถือ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดี

หัวใจของการบริการนั้น ก็คือทำให้ความสะดวก การเข้าใจ ทำตนเป็นประโยชน์โดยนำผลประโยชน์เสนอให้แก่ลูกค้าอย่างกระตือรือร้นและเต็มใจ โดยมีได้หวังสิ่งตอบแทน

องค์ประกอบสำคัญในการบริการลูกค้า

(1.) ความรู้ (Knowledge) ความรอบรู้ในงานอาชีพ จะต้องนำไปประยุกต์ใช้ให้ถูกต้องตามภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติและรับผิดชอบ

(2.) ทักษะ (Skill) จะต้องฝึกฝนให้เกิดเป็นความชำนาญ จนสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่ว

(3.) ทศนคติ (Attitude) มีทัศนคติที่ถูกต้อง โดยจะต้องเสริมสร้างให้เกิดเป็นความรู้สึกที่ดีและมั่นคงในตนเอง

(4.) บุคลิกภาพ (Personality) ต้องมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม ได้แก่ การแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม ใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส วาจาสุภาพอ่อนหวาน อ่อนน้อม กระตือรือร้น ให้ความสนใจ ตั้งใจด้วยความเต็มใจ จริงใจ และมีความอดทน

(5.) ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) มีความคิดสร้างสรรค์ในงานบริการ เพื่อพัฒนาการบริการให้ถูกต้องและเหนือความคาดหมาย โดยไม่ผิดจรรยาบรรณและไม่เกิดโทษต่อผู้รับบริการ

(6.) การพัฒนาตนเอง (Self Development) จะต้องมีการพัฒนาตัวเองในด้านต่างๆ อยู่เสมอ ด้วยวิธีการสังเกต/จดจำ/บันทึก/อ่าน/ฟัง/ถาม และการฝึกอบรม (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539 : 13)

ลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

(1.) ลูกค้าภายใน

(2.) ลูกค้าภายนอก

ลูกค้าภายใน (Internal Customer) คือ พนักงานในหน่วยงานใดก็ตามของบริษัท/องค์กรเดียวกันที่ต้องติดต่อประสานงานกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์/ภารกิจของบริษัท

การให้บริการลูกค้าภายใน คือ การปฏิบัติงานหรือการประสานงานที่มีคุณภาพในระหว่างหน่วยงานอย่างมีอริยาคัยไมตรี และทันเวลากับความต้องการของลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจของบริษัท

ลูกค้าภายนอก (External Customer) คือ กลุ่มบุคคลที่จะมาติดต่อ มาใช้บริการ หรือผู้ที่มาทำธุรกิจกับเรา

การให้บริการลูกค้าภายนอก ขอให้เราปฏิบัติต่อลูกค้าทุกๆ คนอย่างแขกผู้มาเยี่ยมเยือนเราโดยเขามีวัตถุประสงค์หรือความในใจติดมาด้วย

ศิลปะการให้บริการลูกค้า

กุญแจสำคัญ 8 ดอก สู่ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการ คือ (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539 : 14)

(1.) เข้าใจในความต้องการของลูกค้า ต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร โดยการฟัง การสอบถาม การสังเกต และจากสถิติข้อมูลที่เคยให้บริการไปแล้ว

(2.) รู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่ดี โดยใช้ภาษาคำพูดที่ดี สุภาพ ชัดเจน เข้าใจง่าย และใช้ภาษาท่าทาง ใบหน้า น้ำเสียง ท่าทาง

(3.) ความมีมารยาท คือการที่ผู้ให้บริการมีการแสดงออกที่ดีต่อหน้าลูกค้า

(4.) มีความรับผิดชอบ ต้องมีความรับผิดชอบในการทำงาน และยังเป็นการเพิ่มผลงานในการทำงานอีกด้วย

(5.) มีความสามารถรอบรู้ ผู้ให้บริการที่ดี จะต้องมีความสามารถรอบรู้ต่างๆ เพราะความรู้ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำงาน เกิดทัศนคติ และขวัญกำลังใจที่ดี มีการแนะนำในสิ่งที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า และเกิดการพัฒนาดตนเองอยู่เสมอ

(6.) มีความน่าเชื่อถือ จะต้องทำให้ลูกค้าเกิดความศรัทธาและเชื่อถือ ดังนั้นผู้ที่มีหน้าที่ในการให้บริการ จึงควรมีคุณสมบัติของผู้บริการที่ดีด้วย

(7.) มีความน่าไว้วางใจ ผู้ให้บริการต้องเป็นคนที่น่าไว้วางใจ โดยให้ความสนใจลูกค้า รักษาเวลา คำพูด และความลับของลูกค้า มีความจริงใจในการให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ

(8.) มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ผู้ให้บริการจะต้องระวังรักษาสุขภาพร่างกายให้สมบูรณ์ดีอยู่เสมอ และเมื่อสุขภาพดีแล้วสุขภาพจิตย่อมจะดีตามมาด้วย

สูตรสำเร็จในการบริการประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้ (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539 : 15)

- (1.) รวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้ารอนาน
- (2.) รอบคอบ เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด การสูญเสีย
- (3.) รอบรู้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและสามารถตัดสินใจได้
- (4.) เรียบร้อย เพื่อมาตรฐานและคุณภาพของงานบริการ
- (5.) ร่วมมือ ให้ความร่วมมือกับลูกค้า เพื่อแสดงความเอาใจใส่เขาอย่างแท้จริง
- (6.) รับผิดชอบ ในปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับลูกค้า

วิธีปฏิบัติในการบริการที่ประสบความสำเร็จ

- (1.) ควรจัดสถานที่ให้สะอาด สะดวก เป็นระเบียบ รวมทั้งการจัดวางเอกสารให้เป็นที่เป็นทางก่อนที่ลูกค้าจะเข้ามาติดต่อ หรือในช่วงเวลาที่เหมาะสม
- (2.) จัดเตรียมตนเองให้พร้อมเสมอ ทั้งในเรื่องสุขภาพ อารมณ์ เครื่องแต่งกาย และบุคลิกภาพ
- (3.) เริ่มงานตรงเวลา หรืออาจเริ่มก่อนเวลาก็ได้ ถ้าลูกค้าสำคัญมารออยู่ และเลิกงานเมื่องานนั้นเสร็จเรียบร้อยแล้ว

สรุปได้ว่า การธุรกิจต่างจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด การบริการลูกค้านับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่ง การที่ลูกค้ามาติดต่อเราและมาพร้อมกับการบริการขอรับบริการจากเรา แล้วมีความรู้สึกประทับใจอยากใช้บริการของเราอีก นั่นเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ให้บริการปรารถนาเป็นอย่างยิ่ง จะเห็นว่าเมื่อผลิตภัณฑ์ดีเยี่ยม บริการดีเยี่ยมแต่ถ้าไม่มีมนุษยสัมพันธ์ก็ไม่สามารถขายสินค้าได้ ยิ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบันที่เราเรียกว่า “ยุคโลกาภิวัตน์” ที่เศรษฐกิจการเมืองและสังคมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการแข่งขันทางการตลาดของบรรดาบริษัทต่างๆ สินค้าในแต่ละบริษัทสามารถคัดลอกหรือเลียนแบบให้คุณภาพของสินค้าทัดเทียมหรือใกล้เคียงกันได้ ดังนั้น จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในเรื่องของการให้บริการ เพราะการบริการที่ดีจะสนับสนุนให้เกิดการซื้อขายและซื้อบริการขึ้นโดยตรง สนับสนุนให้ลูกค้าเจาะจงซื้อสินค้าตัวเดิม และสนใจที่จะซื้อสินค้าตัวใหม่ และชักชวนให้ผู้อื่นซื้อสินค้านั้นด้วย

ยิ่งกว่านั้น การให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้าแล้ว ยังขยายถึงความรู้สึก ความพึงพอใจอันดีต่อบริษัท ลูกค้าจะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท พลังก้าวหน้าจึงอยู่ที่การให้บริการที่ประทับใจลูกค้า ซึ่งทุกบริษัทที่มีชื่อเสียงจะให้ความสนใจจนกระทั่งมีการระบุนโยบายไว้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับการให้บริการที่ดีหรือการเอาใจใส่ลูกค้า จึงกล่าวได้ว่าลูกค้าคือพระราชา ลูกค้าคือบุคคลสำคัญ

4. ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Satisfaction" ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

นักวิชาการได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการซึ่งพอจะประมวลได้ คือ

อัจฉนา โทบุญ (2534 : 13) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการตามธรรมชาติของกูด (Good. 1973 : 27) ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพหรือระดับความพอใจ ซึ่งเป็นผลจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติของบุคคลต่อกิจกรรม

มอร์ส (Morse. 1955 : 27) ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลได้น้อยลง ถ้ามีความเครียดมากจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำกิจกรรม

โวลแมน (Wolman. 1973 : 384) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 26) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการบริการตามธรรมชาติของ กรอมิก (Comik. 1947 : 173) ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการต่างๆ ที่ได้รับการตอบสนอง

อีเลีย (D.Elia. 1972 : 173) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลในด้านความพอใจ หรือสภาพจิตใจของบุคคลว่าชอบมากน้อยเพียงไร

เดสส์เลอร์ (Dessler. 1983) อธิบายเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า เป็นระดับความรู้สึกเมื่อความต้องการที่สำคัญของคนเรา เช่น การมีสุขภาพดี มีความมั่นคง มีความสมบูรณ์พูนสุข มีพวกพ้องมีคนยกย่องต่างๆ เหล่านี้ ได้รับการตอบสนองแล้ว

เค็นดอล (Kendall. 1969) กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกรวมๆ ระหว่างความคาดหวังว่าบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ และความต้องการทางจิตวิทยาของเขาด้วย

นิวคูเมอร์ (Newcumer. 1956) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการ

ณรงค์ สวีแพทย์ (2537 : 12) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการตามธรรมชาติของ กิติมา ปรีดีดิลก และธงชัย สันติวงษ์ สรุปได้ว่า

กิติมา ปรีดีดิลก (2529 : 321) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกที่ชอบหรือพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ของงานและผู้ปฏิบัติงานนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการของเขาได้

ธงชัย สันติวงษ์ (2519 : 375) ได้ให้ทัศนะว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานนั้นเป็นพฤติกรรมของมนุษย์จะเป็นไปโดยมีข้อสมมติฐาน 3 ประการ ซึ่งสัมพันธ์กันอยู่คือ

- (1.) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ก็โดยที่จะต้องมีความรู้สาเหตุมาทำให้เกิด
- (2.) พฤติกรรมนี้จะเกิดขึ้นได้โดยตรงที่ต้องมีแรงกระตุ้น สิ่งหนึ่งสิ่งใดมากระตุ้นทำให้เกิด
- (3.) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายเสมอ

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น จึงพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง พฤติกรรมหรือการ แสดงออก ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดี รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกใดๆ ของมนุษย์ซึ่งจะต้องเกิดจากเหตุผล เสมอ ความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน เรียกว่า แรงจูงใจ เมื่อได้รับการจูงใจก็จะเกิดความพึงพอใจ ธงชัย สันติวงษ์ (2519 : 375) ได้สรุปว่า

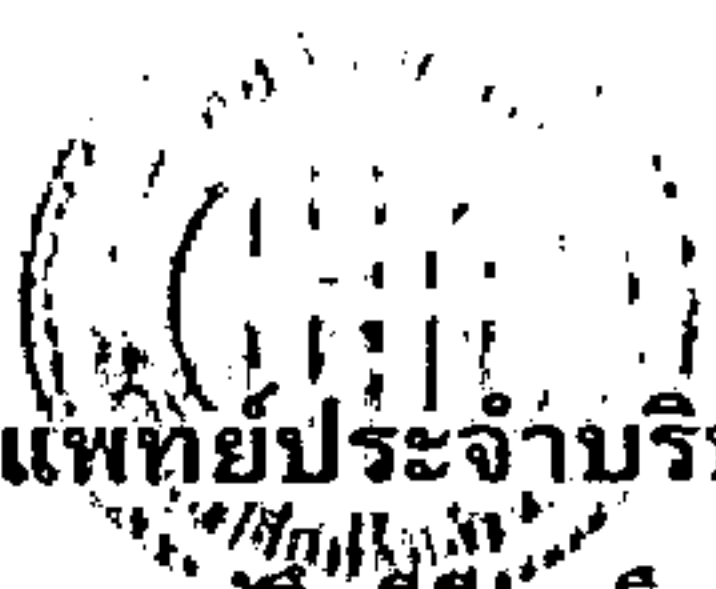
$$\text{ระดับความพึงพอใจของลูกค้า} = \text{คุณภาพบริการ} = \frac{\text{บริการที่ลูกค้าได้รับ}}{\text{ความคาดหวังของลูกค้า}}$$

5. ความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

หมายถึงพฤติกรรมหรือการแสดงออก ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดี รวมถึงอารมณ์ความรู้สึก ที่ดีใดๆ ของมนุษย์ซึ่งเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารในด้านภาพพจน์กิตติศัพท์ชื่อเสียงของบริษัท ความ น่าเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ ความแปลกใหม่ของบริการ การ ให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัย การแนะนำผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ การให้ข้อมูลข่าวสารบริการพิเศษ ใหม่ๆ การบริการเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับบริษัทและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจของบริษัทเป็นต้น

6. พึงพอใจด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน

หมายถึงพฤติกรรมหรือการแสดงออก ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดี รวมถึงอารมณ์ความรู้สึก ที่ดีใดๆ ของลูกค้าเมื่อได้รับการบริการจากพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินในด้านความ สามารถในการอธิบายโปรแกรมการช่วยเหลือแบบต่างๆ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงาน พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนโยน ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ ความเอาใจใส่ต่องานของ ลูกค้า การติดตามงาน ความสามารถของพนักงานในงานที่รับผิดชอบ การให้บริการของพนักงานต่อลูกค้า ทุกระดับเท่าเทียมกัน ความเป็นผู้ฟังที่ดีและมีมารยาทที่ดีของพนักงาน ความมีน้ำใจของพนักงาน ความ ขยันขันแข็งในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานและการประสานงานกันของพนักงานเพื่อให้บริการที่มีคุณภาพ เป็นต้น



7. ความพึงพอใจด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท

หมายถึงพฤติกรรมหรือการแสดงออก ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดี รวมถึงอารมณ์ความรู้สึก ที่ดีใดๆ ของลูกค้าเมื่อได้รับการบริการจากแพทย์ประจำบริษัทในด้านความน่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญ ทัศนคติ คำแนะนำ บุคลิกภาพ มีวิจารณญาณ ความทันสมัยและความสามารถในการรักษาเป็นต้น

8. ความพึงพอใจด้านการอำนวยความสะดวก

หมายถึงพฤติกรรมหรือการแสดงออก ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดี รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกที่ดีใดๆ ของลูกค้าเมื่อได้รับการอำนวยความสะดวกในด้านความสะดวกในการโทรศัพท์มายังศูนย์รับแจ้งฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง การทำงานอย่างมีระบบขั้นตอน การลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้ลูกค้า การให้บริการที่ตรงเวลา ความตรงต่อเวลาของแพทย์ การแต่งกายของแพทย์ ความกระตือรือร้นในการให้บริการต่อลูกค้าของแพทย์เป็นต้น

9. ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ (สาโรช ไสยสมบัติ. 2534 : 15)

ยิ่งกว่านั้นการให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้า ยังขยายถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัท ลูกค้าจะเกิดภาพลักษณ์และความพึงพอใจที่ดีต่อบริษัท ฉะนั้นพลังก้าวหน้าของบริษัททางหนึ่งจึงอยู่ที่การให้บริการประทับใจลูกค้า ซึ่งทุกบริษัทจะให้ความสนใจเพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กร ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539 : 7)

9.1 ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการ

มิลเลต (Millet. 1954 : 397-400) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก

- (1.) การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) คือการบริการที่มีความยุติธรรม
- (2.) เสมอภาคและเสมอหน้า ไม่ว่าจะเป็นใคร
- (3.) การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
- (4.) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ
- (5.) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
- (6.) การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือการพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

ฟิทซ์เกอร์อัลด์และดูรานท์ (Itzgerald & Durant. 1980 : 586) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยการปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ (Perceptions) ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริงและการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

ได้รับ เกณฑ์ (Criteria) ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสิน (Judgement) ของบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

- (1.) ด้านอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพบริการ
- (2.) ด้านวัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพของการบริการ

ส่วนเริดและกันลาซ (Reid & Gundlach, 1983 : 41) มีความเห็นว่าความพึงพอใจของประชาชนหลังจากการพบปะกับพฤติกรรมการให้บริการ เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่าหลังจากได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหา รวมทั้งลดปัญหาและทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจได้มากน้อยเพียงใด

นักวิชาการของไทย เช่น สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530 : 42) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐ ในการศึกษาของเขาว่า หมายถึง ระดับผลที่ได้จากการพบปะสอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่หรือไม่ ส่งผลที่ดีและสร้างความภูมิใจเพียงใด

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2531 : 61) กับงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อกระบวนการยุติธรรม : การวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระดับยูนิแวกซ์และระดับมัลติแวกซ์ ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนต่อกระบวนการยุติธรรมว่า ทศนคติเชิงปฏิฐานและเชิงนิเสธของประชาชนที่มีต่อกระบวนการยุติธรรม

มณีวรรณ ต้นไทย (2533 : 66-69) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่างๆ ดังนี้คือ

- (1.) ด้านความสะดวกที่ได้รับ
- (2.) ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
- (3.) ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
- (4.) ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
- (5.) ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

วัลลภา ชายหาด (2532 : 65) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะว่า หมายถึง ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับการบริการในลักษณะของ

- (1.) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
- (2.) การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา
- (3.) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
- (4.) การให้บริการอย่างก้าวหน้า

9.2 การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการ อาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ, 2534 : 39)

(1.) การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่งโดยการขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานกำลังให้

บริการอยู่ เช่น ลักษณะการให้บริการ สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ พนักงานให้บริการ เป็นต้น

(2.) การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะช่วยให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากวิธีหนึ่ง

(3.) การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

จะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

10. ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

10.1 ด้านพนักงานและการต้อนรับ มีดังนี้ (ไทยประกันชีวิต. 2539 : 9-10)

10.1.1 มีความรู้และรู้รอบในเรื่องของสินค้า บริการ ผู้บริหาร โครงสร้างขององค์กร นโยบาย ขององค์กร ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ภายในองค์กร โดยเฉพาะงานในหน้าที่ที่ต้องการศึกษาหาความรู้ เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ก้าวหน้าต่อไปต้องรู้จักนำความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

10.1.2 มีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจในตนเอง และมีความคล่องตัว แสดงถึงความกระตือรือร้น สุภาพ จริงใจ ดูเป็นธรรมชาติ การแต่งกายเรียบร้อย สะอาด สวยงามเหมาะสมกับกาลเทศะ เหล่านี้ล้วนทำให้บุคลิกของผู้ให้บริการน่าชมมอง น่านิยมนับถือ น่าเข้าใกล้ และน่าประทับใจต่อผู้มาทำการติดต่อ

10.1.3 ร่างกายแข็งแรง ท่าทางคล่องแคล่ว สุขภาพอนามัยเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอ มีโรคภัยมาเบียดเบียนอยู่เสมอย่อมเป็นอุปสรรคในการทำงานและการพัฒนาตนเอง ฉะนั้นการระวังรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอจะมีผลทำให้จิตใจ สมอง สติปัญญา สุขภาพจิตดีเป็นปกติการทำงานติดต่อกับผู้อื่นย่อมเป็นไปอย่างราบรื่น

10.1.4 มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดี ชอบให้บริการผู้อื่น ยึดถือว่าบุคคลอื่น ยึดถือว่าบุคคลอื่นหรือผู้มาติดต่อถูกเสมอ ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและอย่างตั้งใจ

10.1.5 ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีไมตรีจิต มีใจเมตตากรุณา เห็นอกเห็นใจผู้อื่นให้ความช่วยเหลือ เมื่อเห็นผู้อื่นมีปัญหาทุกข์ร้อน สามารถรับฟังปัญหาด้วยความเห็นอกเห็นใจอย่างจริงจัง

10.1.6 เป็นคนช่างสังเกต มีปฏิภาณดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ การพบปะหรือประจัญหน้ากันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้มาติดต่อ ย่อมมีโอกาสหรือแนวโน้มที่จะปะทะคารมกันได้ ความมีปฏิภาณไหวพริบดี สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จะช่วยหลีกเลี่ยงมิให้เกิดข้อขัดแย้งขึ้นได้ ประการสำคัญความมีปฏิภาณไหวพริบจะช่วยเสริมบุคลิกภาพ ความอะลุ่มอล่วย และความเข้าใจซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี

10.2 ด้านสถานที่ประกอบการ ลักษณะของสถานที่ให้บริการที่ดี (สุวัฒนา ใบเจริญ. 2540 :

11)

10.2.1 ท่าเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ไม่แออัดในการเดินทาง

10.2.2 สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่

10.2.3 การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับบริการ

10.2.4 สถานที่จอดรถสะดวกไม่คับแคบจนเกินไป

10.3 ด้านความสะอาดที่ได้รับ ลูกค้าจะรู้สึกประทับใจเมื่อ

10.3.1 มีพนักงานที่คอยให้ความสะดวกกับลูกค้าเพียงพอ

10.3.2 มีความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้บริการกับลูกค้า

10.3.3 การให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ

10.3.4 การให้ความช่วยเหลือเหลือเมื่อผู้รับบริการไม่เข้าใจในบริการ

10.4 ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

10.4.1 ความทันสมัยต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับบริการจะ

ได้รับ

10.4.2 การให้คำแนะนำตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน

10.4.3 การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ารวมถึงรูปแบบการทำเสนอข้อมูลที่ง่ายไม่คลุม

เครือเข้าใจต่อการฟัง

10.5 ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ การบริการที่มีการดำเนินการที่ดี ได้แก่

10.5.1 ความรวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้ง แต่ละเรื่อง

10.5.2 การลดขั้นตอนหรืออนุโลมให้ลูกค้าในบางกรณี ลูกค้าจะมีความรู้สึกที่ง่ายไม่เสียเวลา

10.5.3 การดำเนินการให้ด้านบริการต่างๆ ที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือ ผลประโยชน์ที่จะ

ได้รับ

11. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของการศึกษาค้นคว้า

11.1 ทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจ

มาสโลว์ (พยุหศักดิ์ นามวรรณ. 2537 : 53-54 : อ้างอิงมาจาก Maslow. 1968) ได้ให้แนวคิดที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง คือ ทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human Motivation) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ โดยตั้งสมมติฐานว่า มนุษย์มีความต้องการอยู่ไม่มีสิ้นสุด เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองหรือพึงพอใจอย่างหนึ่งอย่างใดแล้ว ความต้องการสิ่งอื่นๆ ก็จะเกิดขึ้นมาอีก ความต้องการของมนุษย์อาจจะซ้ำซ้อนความต้องการอย่างหนึ่งอาจจะยังไม่ทั้งหมดไปความต้องการอีกอย่างหนึ่งก็อาจเกิดขึ้นได้ ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำสุดไปหาสูงสุด ซึ่งแบ่งเป็น 5 ขั้นดังนี้

11.1.1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางด้านร่างกาย เป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอด เช่น ความต้องการในเรื่องอาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ ฯลฯ ความต้องการทางด้านร่างกายจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อความต้องการทางด้านร่างกายยังไม่ได้ได้รับการตอบสนองเลย

11.1.2 ความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคง (Security of Safety Needs) ถ้าหากความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองตามสมควรแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการในขั้นต่อไปที่สูงขึ้นคือ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยหรือความมั่นคงต่างๆ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการป้องกันเพื่อให้เกิดความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับร่างกาย ความสูญเสีย ทางด้านเศรษฐกิจ ส่วนความมั่นคง หมายถึง ความต้องการความมั่นคงในการดำรงชีพ เช่น ความมั่นคงในหน้าที่การงานสถานะทางสังคม

11.1.3 ความต้องการด้านความรักและเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Love and Belongingness Needs) ภายหลังจากที่คนได้รับการสนองในสองขั้นดังกล่าวแล้ว ก็จะมีความต้องการที่สูงขึ้นคือ ความต้องการทางด้านสังคมจะเริ่มเป็นสิ่งที่สำคัญต่อพฤติกรรมของคน ความต้องการทางด้านนี้เป็นความต้องการเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกัน และการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น และมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคมอยู่เสมอ

11.1.4 ความต้องการมีความภาคภูมิใจในตนเอง (Self-Esteem Needs) ความต้องการขั้นต่อมาจะเป็นความต้องการที่ประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังนี้ คือความมั่นใจในตนเองในเรื่องความสามารถ ความรู้และความสำคัญในตัวของตัวเอง รวมตลอดทั้งความต้องการที่จะมีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่นหรืออยากที่จะให้บุคคลอื่น ยกย่องสรรเสริญในความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน การดำรงตำแหน่งที่สำคัญในองค์กร

11.1.5 ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization or Self Realization) ลำดับขั้นตอนความต้องการที่สูงสุดของมนุษย์ ก็คือ ความต้องการที่อยากจะได้รับผลสำเร็จในชีวิตตามความนึกคิดหรือความคาดหวัง ทะเยอทะยานใฝ่ฝันภายหลังจากที่มนุษย์ได้รับการสนองตอบความต้องการทั้ง 4 ขั้นอย่างครบถ้วนแล้ว ความต้องการในขั้นนี้จะเกิดขึ้นและจะเป็นความต้องการที่เป็นอิสระ เฉพาะแต่ละคน ซึ่งต่างก็มีความนึกคิดใฝ่ฝันอยากที่จะประสบความสำเร็จในสิ่งที่ตนคาดฝันไว้อันสูงส่งใน ทัศนะของตน

มาสโลว์ ได้ตั้งสมมติฐานของความต้องการของมนุษย์ไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์ทั้ง 5 ขั้น มีความสำคัญไม่เท่ากัน และมนุษย์จะมีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจต่อไป ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองก็จะเป็นสิ่งจูงใจ และนอกจากนี้ลักษณะความต้องการของมนุษย์ในแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะคาบเกี่ยวกันอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือ เมื่อความต้องการในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วนั้นจะต้องได้รับการตอบสนองจนถึงที่สุด

11.2 ทฤษฎีของสัมพันธภาพ

ฮอลล์ และลินเชย์ (ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. 2530 ; อ้างอิงมาจาก Hall and Lindzey. 1966) ได้กล่าวถึงทฤษฎีสัมพันธภาพระหว่างบุคคลของซัลลิแวน (Harry Stack Sullivan's Theory of Interpersonal Relationships) ไว้ดังนี้

11.2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของซัลลิแวน โดยซัลลิแวน เห็นว่าตลอดเวลาที่มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่จำเป็นต้องมีสัมพันธภาพกันและกันกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสิ่งแวดล้อมนี้จะรวมทั้งบุคคลนั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่บุคคลอื่นมองเขาและเข้าใจเขา มนุษย์มีความปรารถนาพื้นฐาน 2 ประการ คือ ความพอใจ (Satisfactory) และความมั่นคง (Security) ซึ่งมีพื้นฐานทั้ง 2 ประการนี้ทำให้บุคคลเกิดสัมพันธภาพซึ่งกันและกัน

11.2.2 พัฒนาการของบุคลิกภาพตามทัศนะของชัลลิแวน เขากล่าวว่า การพัฒนาในแต่ละขั้นตอนของชีวิต ขึ้นอยู่กับโอกาสสนองตอบความต้องการอย่างเหมาะสม ย่อมพัฒนาบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ แต่ในทางตรงกันข้าม หากในแต่ละขั้นตอนของชีวิตมนุษย์ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่น ย่อมพัฒนาบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสม

นอกจากนี้ เพบลาว (จินตนา ยูนพันธ์. 2527 ; อ้างอิงมาจาก Peplau. 1962) มีความเห็นที่สอดคล้องกับทฤษฎีสัมพันธภาพของ ชัลลิแวน โดยมีความเชื่อว่าบุคคลแต่ละคนประกอบด้วยลักษณะความต้องการทางชีววิทยา สรีรวิทยาและด้านสัมพันธภาพ ซึ่งผลของการมีสัมพันธภาพระหว่างบุคคลนี้มีพื้นฐานมาจากพัฒนาการทางบุคลิกภาพตั้งแต่วัยทารกจนตลอดชั่วชีวิตพัฒนาการนี้เป็นไปเพื่อให้ชีวิตมีความสุขและมีประโยชน์ บุคคลมีความต้องการเฉพาะตนเมื่อความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นผลให้เกิดความไม่พอใจ ความคับข้องใจ ความเครียด และความวิตกกังวล ความรู้สึกเหล่านี้เกี่ยวข้องกับระดับความปรารถนาที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ บุคคลจะจัดการความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม พฤติกรรมจึงมีความหมาย มุ่งให้ตนเองรู้สึกพอใจ และรู้สึกมั่นคงมากขึ้น อาจเรียกได้ว่าพฤติกรรมการดำรงตนที่แสดงออกนี้เป็นผลมาจากการรับรู้ของบุคคลต่อสถานการณ์รอบตน

จากทฤษฎีสัมพันธภาพระหว่างบุคคลของชัลลิแวนและเพบลาว ดังกล่าวจะพบว่าการมีสัมพันธภาพระหว่างบุคคลให้เกิดขึ้น เพื่อดำรงรักษาตนและภาวะสุขภาพจิตที่ดี สัมพันธภาพระหว่างบุคคลนั้นจะดำเนินไปได้ดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับทักษะทางสังคมของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจซึ่งกันและกัน เช่น การมีเพื่อนร่วมงานที่ดี ความสนใจ ความห่วงใย ความเห็นใจ ความยินดี ที่จะแบ่งปันกันและกัน และความยินดีที่จะรับใช้ซึ่งกันและกันเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่ทำให้สัมพันธภาพระหว่างบุคคลดำเนินไปอย่างราบรื่น (กำจัด สวัสดิโอ. 2514 : 24)

การเกิดสัมพันธภาพ โสภา ชูพิกุลชัย และอรทัย ชื่นมนุษย์ (2518 : 11) อธิบายว่า พฤติกรรมที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ จะเกิดขึ้นโดยอาศัยการกระตุ้นของความต้องการต่างๆ ของผู้ที่มามีส่วนสัมพันธ์กับเขา และความสัมพันธ์แต่ละอย่างต่างพยายามที่จะบรรลุความมุ่งหมายในการแสดงพฤติกรรมที่แน่นอนและมั่นคงในขณะที่การกระทำในแต่ละเรื่องมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

นั่นคือ พฤติกรรมทุกพฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นอย่างมีสาเหตุคือ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของแต่ละคน ความต้องการที่สำคัญคือ "...ความต้องการทางกายหรือทางสรีระมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์มาก เพราะเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับความอยู่รอดของชีวิตและการดำรงไว้ซึ่งเผ่าพันธุ์..." (ชาเวสต. 1968 : 86)

แต่ใช้ว่าเมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการทางสรีระจนเพียงพอแล้วเขาจะพอใจนั้น มนุษย์ยังมีความต้องการใหม่ๆ เพื่อขึ้นอีกอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ดังที่แมคเกรเกอร์ (Mcgregor. 1975 : 37) กล่าวว่า "มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการในขณะที่เขาได้รับการตอบสนองในสิ่งหนึ่งสิ่งใดเรียบร้อยแล้ว ก็จะมีตัวกระตุ้นอื่นซึ่งทำให้เกิดความต้องการขึ้นอีก สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะไม่มียุติสิ้นสุดแต่จะมีขึ้นตั้งแต่เกิดจนถึงวันตาย"

11.3 การสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคล

การสนใจ การเข้าใจผู้อื่นเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างสัมพันธภาพสิ่งแรกที่จะสร้างความดึงดูดใจ ความสนใจ และความเป็นมิตร คือ หน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส คำพูดที่จริงใจทำในสิ่งที่ไม่ขัดกับคำพูด และขัดกับจิตใจของตัวเอง การถนอมน้ำใจ การช่วยรักษาหน้า และการให้ความสำคัญแก่ผู้อื่นเป็นหลักสำคัญในการผูกใจผู้อื่น การให้โดยไม่ต้องการผลตอบแทน การทำงานไม่ให้เป็นคู่แข่งกับเพื่อน การแบ่งภาระโดยไม่ให้เพื่อนร้องขอ ส่วนการคิดเอาเปรียบผู้อื่นแม้จะเล็กน้อยก็เป็นจุดเริ่มต้นในการไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างมนุษย์ด้วยกัน โดยมีแรงกระตุ้นร่วมกันก่อให้เกิดความพอใจ และอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข การสร้างสัมพันธภาพต้องอาศัยความรู้และศิลปะ เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

มนุษย์มีความต้องการติดต่อสื่อสารและพึงพาอาศัยซึ่งกันและกัน การมีความสัมพันธ์กับคนอื่น ความต้องการด้านร่างกาย อารมณ์ และสังคม เพราะความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองก็เกิดความพึงพอใจ ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองก็เกิดความขาดแคลนและความขัดแย้ง

ในการสร้างสัมพันธภาพ ต้องอาศัยพื้นฐานความรู้ในเรื่องธรรมชาติของมนุษย์ และมโนทัศน์ต่างๆ เช่น มโนทัศน์พื้นฐานของความรัก ความเอาใจใส่ ความมีน้ำใจ ความเห็นอกเห็นใจ ความเชื่อถือ และการให้เกียรติซึ่งกันและกัน อันเป็นบ่อเกิดแห่งการยอมรับแล้ว ความสนใจต่อกันจะมีมากขึ้นทำให้เกิดความต้องการที่จะติดต่อสื่อสารกันอยู่เสมอ ซึ่งในระหว่างที่มีการติดต่อกันนี้จะเกิดความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และเกิดความพึงพอใจต่อกันขึ้นมาได้ในที่สุด

12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

12.1 งานวิจัยในประเทศ

ประหยัด มาคะนอง (2523 : บทคัดย่อ) ศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณสุขของหน่วยงานปกครองท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา พบว่า ประชาชนกลุ่มอาชีพไม่พอใจต่อการให้บริการสาธารณสุขของเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา โดยมีระดับความไม่พึงพอใจในอัตราที่ใกล้เคียงกัน สาเหตุของการให้บริการสาธารณสุขไม่ตรงตามความต้องการของประชาชน สรุปได้ว่าเนื่องจากปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชน ปัญหาด้านการคลัง ปัญหาด้านการควบคุมเทศบาล ปัญหาตัวบุคคล และปัญหาเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนา

อัญชลี เหล่าธิพิงศ์ (2524 : บทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพอใจในการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการสาธารณสุข เนื่องจากศูนย์อยู่ใกล้บ้านจึงสะดวก ประหยัดเวลา อีกทั้งค่าบริการไม่แพง ส่วนความคิดเห็นต่อการปฏิบัติงานของแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่นั้น ผู้มาใช้บริการเห็นว่าแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ให้คำแนะนำและอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ นอกจากนี้การวิจัยดังกล่าวยังเป็นการศึกษาความเห็นในด้านการให้บริการอย่างกว้างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ซับซ้อนสำหรับผู้สนใจต่อไปในอนาคต ซึ่งจะเห็นได้จากการศึกษาความเห็นเกี่ยวกับการแก้ไขบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ปรากฏว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการที่มีอยู่แล้วในขณะนี้เหมาะสมดีอยู่แล้ว ซึ่งอาจจะเป็นเพราะผู้ให้บริการพอใจกับการบริการที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการที่เสียในราคาถูก หรืออาจจะเป็นเพราะระดับการศึกษาที่ค่อนข้าง

ต่ำ ทำให้ผู้ใช้บริการไม่กล้าออกความเห็น ยิ่งไปกว่านั้น นิสัยคนไทยมักจะเป็นคนเกรงใจผู้อื่น เมื่อได้รับบริการที่สะดวกพอใจที่ได้รับเท่าที่ฝ่ายให้บริการเสนอมาให้

พิมพ์ศิริ ณ เชียงใหม่ (2529 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้มารับบริการหน่วยผู้ป่วยนอก ของโรงพยาบาลเด็ก ในแต่ละหน่วยงานคือ หน่วยเวชระเบียน หน่วยตรวจโรคและห้องยา พบว่าความสามารถของการบริการมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการมาก คือ ผู้มารับบริการมีความรู้สึกไม่พึงพอใจกับการรอคอย และเมื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของทั้ง 3 หน่วยงานพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ คือ ระดับการศึกษา และใช้เวลาทั้งหมดในโรงพยาบาล

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530 : บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่องค์การรับราชการ กับปัจจัยสภาพแวดล้อมในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ พบว่าพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่องค์การรับราชการมีลักษณะไม่คำนึงถึงตัวบุคคลสูง ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลกำหนดพฤติกรรมการให้บริการ คือ อายุ ทักษะคติ และสถานภาพทางสังคมของประชาชน นอกจากนั้นแล้วยังมีการให้บริการแบบไม่ คำนึงถึงตัวบุคคลมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ประชาชนเกิดความพอใจมากเท่านั้น

วัลลภา ขายหาด (2532 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ ด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะของเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการสาธารณะ ด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร สำหรับการศึกษาถึงระดับความพอใจของประชาชนที่มีต่อระบบการสาธารณะด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานครในภาพรวมแล้ว ยังไม่สามารถสรุปได้ว่า ประชาชนมีความพอใจหรือไม่มีความพอใจในบริการเช่นกัน

มณีวรรณ ตันไทย (2533 : บทคัดย่อ) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยยึดจากความพึงพอใจของประชาชน พบว่า พฤติกรรมให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา มีลักษณะไม่คำนึงถึงตัวบุคคลสูงและยังการให้บริการแบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคลสูงมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจมากเท่านั้น การประเมินค่าระดับความพึงพอใจในของประชาชนหลังการรับบริการปรากฏว่า อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ ศุกรวรรณ (2534 : 185-192) ได้ทำการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. เหตุผลที่ผู้ใช้เลือกใช้บริการจากธนาคารย่อยที่สุด เนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้าน สะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองลงมาคือ การจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคารและพนักงานธนาคารให้กับบริการดี ธนาคารมีหลายสาขา สะดวกในการใช้บริการและมีเครื่องบริการเงิน

2. การใช้บริการส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการทางด้านเงินฝาก รองลงมาคือ ด้านสินเชื่อและด้านต่างประเทศ

1. ธนาคารที่ผู้ใช้บริการชอบมากที่สุด 3 อันดับ คือ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์

เรื่องชัย สิริธรรังศรี (2535 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการทำบัตรประจำตัวประชาชน พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยรวมทุกด้าน ในระดับมากและมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ ในระดับมากเช่นเดียวกัน ดับความมากน้อยของความพึงพอใจในด้านต่างๆ เป็นดังนี้ ความพึงพอใจต่อความเสมอภาค ความรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ วิธีการบริการ และความสะดวก

ภัทรชัย อยู่พะเนียด (2535 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสาร จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจทุกด้านในระดับปานกลาง โดยเรียกลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านระเบียบการเดินรถ ด้านความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ขนส่ง ด้านการประกอบการอื่นๆ ด้านความปลอดภัย และด้านความสะอาด

สุทธิ ปันมา (2535 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทยสาขาภาพสินธุ์ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมทุกด้าน คือด้านพนักงาน ความสะดวกและระยะเวลาในการดำเนินการอยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการอยู่ในระดับปานกลาง

12.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ผลการศึกษาของโบแมนและนอร์แมน (Bouman and Norman 1945) ซึ่งทำการศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยไวโอมิง พบว่า การให้บริการสาธารณะในภาครัฐบาลยังมีความคล่องตัวน้อยกว่า การให้บริการสาธารณะในภาคเอกชน และไม่ควรจะมีลักษณะของงานแบบประจำวัน (Routine หรือ Day-To-Day) อีกต่อไปคุณภาพของผู้ปฏิบัติงาน หรือผู้ให้บริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์การหรือหน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้ โดยจะต้องมีการแก้ไขภาพพจน์ที่ไม่ดีของการจ้างงานให้ดีขึ้น ด้วยวิธีการสร้างแรงจูงใจเริ่มแรกคือจะต้องมีการปรับปรุงมาตรฐานในการ สรรหาบุคคลเข้ามาทำงานมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี สร้างความกระตือรือร้นให้เกิดขึ้นในการทำงานจะต้องมี การสร้างรูปแบบที่เป็นมาตรฐานในการให้บริการสาธารณะไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสวัสดิการ นันทนาการ หรือด้านอนามัย ประเด็นสำคัญคือจะต้องทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในงานทำงาน

ผลการศึกษาของ ชทิแพค (Stipak. 1979 ช 49-52) ได้ทำการวิจัยใน ลอสแอนเจลิสเพื่อทดสอบว่า บริการที่จัดหาโดยหน่วยการปกครองท้องถิ่นมีส่วนกระทบต่อการให้บริการ หรือไม่โดยใช้ข้อมูลด้าน ปัจเจกบุคคล สัมมะโนประชากร การบริการเพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางด้านลักษณะของบริการ ลักษณะของผู้ใช้บริการ ลักษณะของแต่ละบริเวณและลักษณะของปัจเจกบุคคล เกณฑ์การประเมินด้านอัตวิสัย (Subjective Evaluation Scales) สร้างขึ้นจากการสำรวจสอบถามความคิดเห็น ของประชากรที่มีต่อบริการทางด้านตำรวจสวนสาธารณะ การกำจัดขยะและบริการอื่นๆ ส่วนเกณฑ์การ ประเมินด้านวัตถุวิสัย (Objective Characteristics) พิจารณาจากจำนวนตัวเลข เช่น อัตราการปราบปราม ของตำรวจ อัตราของทรัพย์สินที่ได้กับดิน ค่าใช้จ่ายต่อหัวและอัตราของการเกิดอาชญากรรม แต่ตัวเลขดังกล่าวนี้ไม่ค่อยมีความสำคัญที่จะบ่งบอกได้ลักษณะของบริการนั้นมีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการ และในขณะที่เดียวกันการประเมินทางด้านอัตวิสัยก็มีข้อจำกัด เนื่องจากประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของบริการนั้นน้อยเพราะจากการวิจัยด้านสาธารณสุข พบว่า ประชาชนมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับรัฐบาลและกิจกรรมของรัฐ แต่กระนั้นเขาก็กังขาที่จะต้องแสดงทัศนคติทางการเมืองอยู่บ้าง ด้วยเหตุนี้ประชาชนจึงเต็มใจที่จะประเมินการให้บริการที่หน่วยการปกครองท้องถิ่นจัดหา แม้ว่าเขาจะขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร จึงทำให้การประเมินการให้บริการให้สามารถถึงคุณภาพของบริการที่แตกต่างกันได้

ผลการศึกษาของ ฟิทซ์เกอร์ และดูแรนท์ แห่งมหาวิทยาลัย Oxford ได้เสนอ ความคิดแบบแสดง กระบวนการตอบสนองและประเมินผลโดยประชาชน (A Model of the Citizen Evaluation and Response Process) โดยตัวแบบดังกล่าวจะเป็นกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของประชาชน ที่จะเข้ามามีอิทธิพลในระบบการส่งมอบบริการกับความพึงพอใจของประชาชน

ที่มีต่อการบริการที่ได้รับ กล่าวคือศึกษาปัจจัยทางด้านภูมิหลังของประชาชน เช่น เชื้อชาติ รายได้ อายุและขนาดของเมืองกับปัจจัยทางด้านทัศนคติ เช่น ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อความรับผิดชอบของหน่วยการปกครองท้องถิ่น และทัศนคติที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายที่ตนเสีย กับผลประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการ ว่าปัจจัยทั้งสองประเภทนี้เป็นปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการที่ได้รับ และเป็นปัจจัยที่กำหนดความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามามีอิทธิพลในระบบการส่งมอบบริการหรือไม่

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงสรุปได้ว่า การประเมินคุณภาพบริการของ บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ควรจะต้องประเมินความรู้สึกรับบริการ คือ การศึกษาความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ผู้ศึกษาค้นคว้าจึงได้นำมาเป็นแนวทางการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ โดยบูรณาการจากกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด ซึ่งได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า

บทที่ 3

วิธีการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทช่วยเหลือทางด้านการแพทย์ฉุกเฉิน บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด คือ

1.1.1 บริษัท เซฟรอน ออฟซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานตั้งอยู่ชั้น 27 อาคาร ชันทาวเวอร์บี เลขที่ 123 ถ. วิทยาดิรั้งสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02-6181000 โทรสาร 02-6181001 มีพนักงานรวมทั้งสิ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2543 เป็นจำนวน 663 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานของบริษัท เซฟรอน ออฟซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 340 คน ได้มาโดยการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือเมื่อทราบขนาดของประชากรเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดที่จะยอมรับได้ว่ามากพอที่จะเป็น ตัวแทนของประชากรได้โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (0.5) โดยใช้สูตร (Taro Yamane : 1967)

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 หรือเท่ากับ 0.05 เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่ระดับ 95%)

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$n = 663 / 1 + 663(0.05)^2$$

$$= 249 \text{ คน} \approx 340 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คน จากจำนวนประชากร 663 คนและเลือกตัวอย่างตามสะดวก

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
บริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	663	340

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้ศึกษาค้นคว้าสร้างขึ้นมีลักษณะและวิธีการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

2.1 ลักษณะของแบบสอบถาม แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสำรวจข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งระดับของการวัดออกเป็น 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนลักษณะเชิงนิมาน (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 70) ของคำถามแต่ละข้อเป็นดังนี้

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

2.2 การสร้างแบบสอบถาม ในการสร้างแบบสอบถามผู้ศึกษาค้นคว้าได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

2.2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.2.2 รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆ ได้จากเอกสาร งานวิจัยต่างๆ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมาย

2.2.3 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาความครอบคลุมของเนื้อหาและปรับปรุงแก้ไข

2.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความถูกต้องและความเที่ยงตรงที่ครอบคลุมเนื้อหาในเรื่องที่จะวัด 3 ท่านคือ

2.4.1 รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ

2.4.2 อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ

2.4.3 อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง

และนำไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงแก้ไข

2.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับพนักงานของบริษัท ยูโนแคล (ประเทศไทย) จำกัด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน ระหว่างวันที่ 1 – 10 ธันวาคม 2544 และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่า ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.93 ได้ข้อคำถามจำนวน 42 ข้อคือ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจำนวน 9 ข้อ ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินจำนวน 14 ข้อ ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทจำนวน 9 ข้อและด้านการอำนวยความสะดวกจำนวน 10 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยยื่นหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อขออนุญาตผู้จัดการแผนกบุคคลบริษัท เซฟรอน ออฟซอร์ (ประเทศไทย) จำกัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนพนักงานของ บริษัท เซฟรอน ออฟซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

3. นำแบบสอบถามซึ่งหาคุณภาพได้แล้วไปให้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้พนักงานของบริษัท เซฟรอน ออฟซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ตอบแบบสอบถามและพนักงานของบริษัท เซฟรอน ออฟซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ให้ความกรุณาเก็บรวบรวมแบบสอบถามส่งกลับคืน

4. ระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล ระหว่างวันที่ 1 – 20 มกราคม 2545

4. การจัดกระทำข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้จำนวน 333 ชุด มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์เพื่อเตรียมนำมาวิเคราะห์

4.2 วิเคราะห์สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าร้อยละ

4.3 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เป็นรายด้านและรายข้อ ซึ่งพิจารณาประเมินตามเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2532 : 111)

- ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 ลูกค้ำมีความพึงพอใจมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 ลูกค้ำมีความพึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 ลูกค้ำมีความพึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 ลูกค้ำมีความพึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 ลูกค้ำมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอ เอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

4.5 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาแจกแจงความถี่
การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ (Statistic Package for the Social Science/Personal Computer Plus)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติพื้นฐาน

5.1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตร

ร้อยละ = $\frac{\text{จำนวนผู้มาตอบแบบสอบถามข้อนั้น}}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}} \times 100$

5.1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้สัญลักษณ์ $\bar{X}$ โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2540 : 53)

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

- เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
- $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
- N แทน จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

5.1.3 การหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศและ
อังคณา สายยศ. 2540 : 53)

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

เมื่อ S แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
X แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
N แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

5.2 สถิติทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

5.2.1 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามโดยใช้สูตร (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ.2538
: 216)

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

เมื่อ t แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน t- distribution
 $\bar{X}_H - \bar{X}_L$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้ได้คะแนนสูงและต่ำตามลำดับ
 S_H^2, S_L^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มผู้ได้คะแนนสูงและต่ำตามลำดับ
 n_H, n_L แทน จำนวนผู้ได้คะแนนสูงและต่ำตามลำดับ

5.2.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา
(ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2523 : 98-99)

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

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
 $\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
 S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

5.3 สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

5.3.1 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ค่าที (t-test) เมื่อทดสอบความแปรปรวนของประชากรกลุ่มที่ 1 (σ_1^2) และกลุ่มที่ 2 (σ_2^2) ถ้าพบ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 165)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

ถ้าพบ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$ ใช้สูตร

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

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t- distribution
	$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	S_1^2, S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

5.3.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) คำนวณจากสูตร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 115-116)

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

F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ
MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean square between groups)
MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean square within groups)

$MS_b = SS_b / (k - 1)$

$MS_w = SS_w / (N - k)$

SS_b แทน ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between group sum of squares)

SS_w แทน ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม (Between group sum of squares)

k แทน จำนวนกลุ่ม

N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

$(k - 1)$ แทน Degrees of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม (df_b)

$(N - k)$ แทน Degrees of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม (df_w)

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงใช้ Least Significant Difference (LSD) ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2540:20)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมายดังนี้

$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติ t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติ F-distribution
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (degree of freedom)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท ด้านการอำนวยความสะดวก จำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้การบริการจากบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัดและตำแหน่งงาน

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท ด้านการอำนวยความสะดวก รายด้านและรวมทุกด้านจำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัดและตำแหน่งงาน

ตอนที่ 4 รวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท ด้านการอำนวยความสะดวกจากแบบสอบถามปลายเปิดในแต่ละด้านโดยใช้วิธีการนำเสนอในรูปความถี่ประกอบความเรียง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด และตำแหน่งงาน

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	165	49.50
หญิง	168	50.50
รวม	333	100.00
สถานภาพสมรส		
โสด	167	50.20
สมรส	121	36.30
หย่าร้าง	45	13.50
รวม	333	100.0
อายุ		
20-30 ปี	127	38.10
31-40 ปี	106	31.80
41-50 ปี	53	15.90
51-60 ปี	30	9.00
มากกว่า 60 ปี	17	5.10
รวม	333	100.0
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	180	54.10
สูงกว่าปริญญาตรี	153	45.90
รวม	333	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
10,000-20,000 บาท	52	15.60
20,001-30,000 บาท	94	28.20
30,001-40,000 บาท	83	24.90
40,001-50,000 บาท	71	21.30
มากกว่า 50,000 บาท	33	9.90
รวม	333	100.0
ระยะเวลาที่ใช้บริการ		
น้อยกว่า 3 เดือน	67	20.10
3-6 เดือน	113	33.90
มากกว่า 6 เดือน	153	45.90
รวม	333	100.0
ตำแหน่งงาน		
พนักงานระดับธุรการ	78	23.40
พนักงานระดับหัวหน้าแผนก	75	22.50
พนักงานระดับหัวหน้าส่วน	75	22.50
พนักงานระดับผู้จัดการ	79	23.70
พนักงานระดับผู้บริหาร	26	7.80
รวม	333	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเตอร์ เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีสถานภาพเป็นโสด อายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 6 เดือน และส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า โดยรวมทุกด้านและรายด้าน (N = 333)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.24	0.90	ปานกลาง
2. ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน	3.56	0.97	มาก
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	3.66	1.03	มาก
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	3.67	1.01	มาก
รวม	3.54	0.95	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัทฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมและรายข้อ (N = 333)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับ
ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร			
1. ภาพพจน์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท	2.98	1.10	ปานกลาง
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท	3.29	1.01	ปานกลาง
3. ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ	3.32	1.08	ปานกลาง
4. ความแปลกใหม่ของบริการ เช่น บริการสำรองค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า	3.52	1.07	มาก
5. การให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัย	3.56	1.06	มาก
6. การแนะนำผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ	3.51	1.09	มาก
7. การบริการข้อมูลเกี่ยวกับบริการพิเศษของบริษัท	3.07	1.14	มาก
8. การรับทราบข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ของบริษัท	3.00	1.15	ปานกลาง
9. การรับรู้การดำเนินงานของบริษัทจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์	2.92	1.15	ปานกลาง
รวม	3.24	0.90	ปานกลาง

จากตาราง 4 แสดงว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัทฯ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจในระดับมากคือ ความแปลกใหม่ของบริการ การให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัย การแนะนำผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ส่วนข้ออื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมและรายข้อ (N = 333)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับ
ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน			
1. พนักงานมีความรู้ความสามารถในด้านบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน	3.47	0.96	ปานกลาง
2. ความสามารถของพนักงานในการอธิบายโปรแกรมการช่วยเหลือแบบต่างๆ	3.53	1.12	มาก
3. ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงาน	3.62	1.10	มาก
4. พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนโยน	3.50	1.07	มาก
5. ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ	3.90	1.24	มาก
6. ความเอาใจใส่ต่องานของลูกค้า	3.80	1.24	มาก
7. การติดตามงาน	3.85	1.25	มาก
8. ความสามารถของพนักงานในงานที่รับผิดชอบ	3.48	1.13	ปานกลาง
9. การให้บริการของพนักงานต่อลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน	3.34	1.06	ปานกลาง
10. ความเป็นผู้ฟังที่ดีและมีมารยาทที่ดีของพนักงาน	3.36	0.97	ปานกลาง
11. ความมีน้ำใจของพนักงาน	3.52	1.03	มาก
12. ความขยันขันแข็งในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน	3.69	1.18	มาก
13. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน	3.57	2.97	มาก
14. การประสานงานกันของพนักงานเพื่อให้บริการที่มีคุณภาพ	3.41	1.08	ปานกลาง
รวม	3.56	0.97	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัทฯ ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉินโดยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความพึงพอใจในระดับมากคือ ความสามารถของพนักงานในการอธิบายโปรแกรมช่วยเหลือแบบต่างๆ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงาน พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนโยน ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ ความเอาใจใส่ต่องานของลูกค้า การติดตามงาน ความมีน้ำใจของพนักงาน ความขยันขันแข็งในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานและพนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน ส่วนข้ออื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านความสามารถของแพทย์
ประจำบริษัท โดยรวมและรายข้อ (N = 333)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับ
ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท			
1. ความรู้ของแพทย์	3.61	1.10	มาก
2. ความน่าเชื่อถือของแพทย์	3.73	1.10	มาก
3. ความเชี่ยวชาญของแพทย์	3.52	1.18	มาก
4. ทัศนคติของแพทย์	3.94	1.18	มาก
5. คำแนะนำของแพทย์	3.84	1.21	มาก
6. บุคลิกภาพของแพทย์	3.69	1.20	มาก
7. ความมีวิจาร์ณญาณของแพทย์	3.54	1.09	มาก
8. ความทันสมัยของแพทย์	3.60	1.12	มาก
9. ความสามารถในการรักษาของแพทย์	3.58	1.12	มาก
รวม	3.66	1.03	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของ
บริษัทฯ ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทโดยรวมและรายข้อในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการอำนวยความสะดวก
โดยรวมและรายข้อ (N = 333)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับ
ด้านการอำนวยความสะดวก			
1. ความสะดวกในการเข้ารับบริการ	3.50	1.07	มาก
2. จำนวนพนักงานที่บริการลูกค้ามีเพียงพอ	3.76	1.10	มาก
3. ความสะดวกในการโทรศัพท์มายังศูนย์รับแจ้งฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง	3.80	1.24	มาก
4. การทำงานอย่างมีระบบขั้นตอน	3.66	1.08	มาก
5. การให้บริการที่รวดเร็วต่อลูกค้า	3.69	1.12	มาก
6. การลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับลูกค้า	3.51	1.12	มาก
7. การให้บริการที่ตรงเวลา	3.62	1.15	มาก
8. ความตรงต่อเวลาของแพทย์	3.89	1.22	มาก
9. การแต่งกายของแพทย์	3.54	1.13	มาก
10. ความกระตือรือร้นในการให้บริการต่อลูกค้าของแพทย์	3.73	1.20	มาก
รวม	3.67	1.01	มาก

จากตาราง 7 แสดงว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัทฯ ด้านการอำนวยความสะดวกโดยรวมและรายข้อในระดับมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์
ฉุกเฉิน บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท ด้านการอำนวยความสะดวก จำแนกตามตัวแปรเพศ สถานภาพ สมรส อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท และตำแหน่งงาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตาราง 8 ถึง 23

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลูกค้าที่เพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการ
บริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้าน
แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 8

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ที่เพศ
แตกต่างกัน

ความพึงพอใจ	ชาย			หญิง			t
	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ	
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.27	0.89	ปานกลาง	3.21	0.91	ปานกลาง	0.651
2. ด้านบริการของพนักงานใน ฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน	3.58	0.95	มาก	3.55	1.00	มาก	0.295
3. ด้านความสามารถของแพทย์ ประจำบริษัท	3.70	1.00	มาก	3.61	1.06	มาก	0.766
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	3.71	0.98	มาก	3.64	1.04	มาก	0.638
รวม	3.57	0.92	มาก	3.51	0.97	มาก	0.577

จากตาราง 8 แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเอ็นแอส เอสไอเอส จำกัด แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 9-10

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจ		ไสด		สมรส		หย่าร้าง	
		$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร		3.17	0.88	ปานกลาง	3.32	0.86	ปานกลาง
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการ		3.57	0.99	มาก	3.64	0.88	มาก
3. ด้านความสามารถของแพทย์ฉุกเฉิน		3.64	1.01	มาก	3.77	0.93	มาก
4. ด้านการอำนวยความสะดวก		3.68	1.00	มาก	3.77	0.93	มาก
รวม		3.52	0.94	มาก	3.63	0.85	มาก

จากตาราง 9 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีสถานภาพเป็นโสดและสมรส มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพหย่าร้างมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	2	1.66	0.829	1.020	0.362
	ภายในกลุ่ม	330	268.14	0.813		
	รวม	332	269.80			
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน	ระหว่างกลุ่ม	2	2.75	1.373	1.448	0.236
	ภายในกลุ่ม	330	312.76	0.948		
	รวม	332	315.51			
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	2	4.56	2.278	2.159	0.117
	ภายในกลุ่ม	330	348.12	1.055		
	รวม	332	352.68			
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	5.05	2.523	2.473	0.086
	ภายในกลุ่ม	330	336.67	1.020		
	รวม	332	341.72			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.54	1.271	1.428	0.241
	ภายในกลุ่ม	330	293.73	0.890		
	รวม	332	296.27			

จากตาราง 10 แสดงว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับบริการต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

3.3 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏ ผลดังตาราง 11-13

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			มากกว่า 60 ปี		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.03	0.75	ปานกลาง	3.29	0.84	ปานกลาง	3.32	1.12	ปานกลาง	3.69	0.99	มาก	3.52	1.07	มาก
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน	3.49	0.91	ปานกลาง	3.67	0.87	มาก	3.41	1.19	ปานกลาง	3.80	1.06	มาก	3.52	1.14	มาก
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	3.58	0.92	มาก	3.74	0.95	มาก	3.54	1.24	มาก	3.89	1.17	มาก	3.62	1.37	มาก
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	3.63	0.92	มาก	3.76	0.95	มาก	3.54	1.25	มาก	3.82	1.03	มาก	3.59	1.22	มาก
รวม	3.44	0.84	ปานกลาง	3.63	0.85	มาก	3.45	1.18	ปานกลาง	3.80	1.05	มาก	3.56	1.18	มาก

จากตาราง 11 แสดงว่า ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินโดยรวมแตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี, 51-60 ปี และ มากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก นอกนั้นความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้าน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน แพทย์ฉุกเฉิน ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และ 41-50 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง นอกนั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่มีอายุแตกต่างกัน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	4	13.49	3.372	4.314**	0.002
	ภายในกลุ่ม	328	256.32	0.781		
	รวม	332	269.81			
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน	ระหว่างกลุ่ม	4	4.99	1.250	1.320	0.262
	ภายในกลุ่ม	328	310.50	0.947		
	รวม	332	315.49			
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	4	3.73	0.932	0.876	0.478
	ภายในกลุ่ม	328	348.94	1.064		
	รวม	332	352.67			
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	2.86	0.714	0.691	0.599
	ภายในกลุ่ม	328	338.85	1.033		
	รวม	332	341.71			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	4.45	1.111	1.249	0.290
	ภายในกลุ่ม	328	291.83	0.890		
	รวม	332	296.28			

จากตาราง 12 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD ปรากฏผลดังตาราง 13

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของ บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	ระดับอายุ					
	X	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
	ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.03	3.29	3.32	3.69	3.52
20-30 ปี	3.03	-	.26*	.29*	.66**	.49**
31-40 ปี	3.29		-	.03	.40*	.23
41-50 ปี	3.32			-	.36	.20
51-60 ปี	3.69				-	.17
60 ปีขึ้นไป	3.52					-

- * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 13 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 41-50 ปีมีความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี และมีอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของ บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 14

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน
จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า			สูงกว่าปริญญาตรี			t
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.13	0.86	ปานกลาง	3.37	0.94	ปานกลาง	-2.435*
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน	3.54	0.93	มาก	3.60	1.02	มาก	-0.568
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	3.62	0.96	มาก	3.69	1.11	มาก	-0.647
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	3.66	0.95	มาก	3.69	1.09	มาก	-0.233
รวม	3.50	0.89	มาก	3.59	1.01	มาก	-0.901

จากตาราง 14 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยลูกค้าที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 15-17

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (บาท)

ความพึงพอใจ	10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000			40,001-50,000			มากกว่า 50,000		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	2.75	0.85	ปานกลาง	3.12	0.72	ปานกลาง	3.29	0.94	ปานกลาง	3.50	0.97	มาก	3.66	0.82	มาก
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน	3.04	1.04	ปานกลาง	3.64	0.81	มาก	3.61	0.99	มาก	3.69	1.07	มาก	3.80	0.80	มาก
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	3.14	1.11	ปานกลาง	3.72	0.81	มาก	3.75	1.06	มาก	3.71	1.14	มาก	3.94	0.94	มาก
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	3.18	1.13	ปานกลาง	3.77	0.82	มาก	3.72	1.04	มาก	3.74	1.07	มาก	3.90	0.95	มาก
รวม	3.03	1.00	ปานกลาง	3.58	0.74	มาก	3.60	0.97	มาก	3.67	1.04	มาก	3.82	0.85	มาก

จากตาราง 15 แสดงว่า ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ลูกค้าที่มีรายได้ระดับ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาทต่อเดือนและ มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านในระดับมาก และ ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และ ระหว่าง 30,001-40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และ ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน ในระดับปานกลาง

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่มีรายได้อันต่างกัน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	4	24.40	6.100	8.153**	0.000
	ภายในกลุ่ม	328	245.40	0.748		
	รวม	332	269.80			
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน	ระหว่างกลุ่ม	4	17.92	4.479	4.936**	0.001
	ภายในกลุ่ม	328	297.59	0.907		
	รวม	332	315.50			
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	4	17.93	4.481	4.391**	0.002
	ภายในกลุ่ม	328	334.75	1.021		
	รวม	332	352.67			
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	15.59	3.898	3.921**	0.004
	ภายในกลุ่ม	328	326.11	0.994		
	รวม	332	341.71			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	17.52	4.379	5.152**	0.000
	ภายในกลุ่ม	328	278.76	0.850		
	รวม	332	296.27			

จากตาราง 16 แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้อันต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีรายได้อันต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท ด้านการอำนวยความสะดวก แตกต่างกันในรายได้อันต่างกันจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD ปรากฏผลดังตาราง 17

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของ บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงาน ในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท และด้านการอำนวยความสะดวก เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้		รายได้				
	$\bar{X}$	10,000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,000 บาทขึ้นไป
		2.75	3.12	3.29	3.50	3.66
ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร						
10,000- 20,000 บาท	2.75	-	.37*	.54**	.75**	.91**
20,001- 30,000 บาท	3.12		-	.17	.38**	.54**
30,001- 40,000 บาท	3.29			-	.21	.37*
40,001- 50,000 บาท	3.50				-	.16
50,001 บาทขึ้นไป	3.66					-
ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน						
10,000- 20,000 บาท	3.04	-	.60**	.57**	.65**	.76**
20,001- 30,000 บาท	3.64		-	.03	.05	.16
30,001- 40,000 บาท	3.61			-	.08	.18
40,001- 50,000 บาท	3.69				-	.11
50,001 บาทขึ้นไป	3.80					-

รายได้		รายได้				
	$\bar{X}$	10,000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,000 บาทขึ้นไป
		2.75	3.12	3.29	3.50	3.66
ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท						
10,000- 20,000 บาท	3.14	-	.58**	.61**	.57**	.80**
20,001- 30,000 บาท	3.72		-	.03	.01	.22
30,001- 40,000 บาท	3.75			-	.04	.19
40,001- 50,000 บาท	3.71				-	.23
50,001 บาทขึ้นไป	3.94					-
ด้านการอำนวยความสะดวก						
10,000- 20,000 บาท	3.18	-	.59**	.54**	.56**	.72**
20,001- 30,000 บาท	3.77		-	.05	.03	.13
30,001- 40,000 บาท	3.72			-	.02	.18
40,001- 50,000 บาท	3.74				-	.16
50,001 บาทขึ้นไป	3.90					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 แสดงว่า ลูกจ้างที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกจ้างที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกจ้างที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาทต่อเดือน, 40,001-50,000 บาทต่อเดือน และ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกจ้างที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกจ้างที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาทต่อเดือน

และ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน, 30,001-40,000 บาทต่อเดือน, 40,001-50,000 บาทต่อเดือนและ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน แพทย์ฉุกเฉิน ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน, 30,001-40,000 บาทต่อเดือน, 40,001-50,000 บาทต่อเดือน และ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินฉุกเฉินด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน, 30,001-40,000 บาทต่อเดือน, 40,001-50,000 บาทต่อเดือน และ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการอำนวยความสะดวก มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.6 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 18-20

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด
 จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด

ความพึงพอใจ	น้อยกว่า 3 เดือน			3-6 เดือน			มากกว่า 6 เดือน		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	2.29	0.81	น้อย	3.09	0.72	ปานกลาง	3.77	0.63	มาก
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการ ทางการแพทย์ฉุกเฉิน	2.35	0.95	น้อย	3.59	0.83	มาก	4.07	0.51	มาก
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	2.40	1.00	น้อย	3.68	0.93	มาก	4.19	0.51	มาก
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	2.43	1.04	น้อย	3.76	0.91	มาก	4.15	0.51	มาก
รวม	2.37	0.93	น้อย	3.54	0.80	มาก	4.05	0.51	มาก

จากตาราง 18 แสดงว่า ลูกค้าในแต่ละช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ แตกต่างกันคือลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ มากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านในระดับมาก กลุ่มลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ ระหว่าง 3-6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง และ ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท น้อยกว่า 3 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านในระดับน้อย

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน
ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท แตกต่างกัน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	2	107.02	53.512	108.49**	0.000
	ภายในกลุ่ม	330	162.78	0.493		
	รวม	332	269.80			
2. ด้านบริการของพนักงาน ในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน แพทย์ฉุกเฉิน	ระหว่างกลุ่ม	2	139.64	69.818	131.01**	0.000
	ภายในกลุ่ม	330	175.86	0.533		
	รวม	332	315.50			
3. ด้านความสามารถของ แพทย์ประจำบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	2	148.22	74.109	119.62**	0.000
	ภายในกลุ่ม	330	204.46	0.620		
	รวม	332	352.67			
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	137.87	68.934	111.60**	0.000
	ภายในกลุ่ม	330	203.84	0.618		
	รวม	332	341.71			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	132.27	66.134	133.07**	0.000
	ภายในกลุ่ม	330	164.01	0.497		
	รวม	332	296.27			

จากตาราง 19 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงินแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD ปรากฏผลดังตาราง 20

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท และด้านการอำนวยความสะดวก เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ

ระยะเวลาที่เคยใช้บริการจากบริษัทฯ	$\bar{X}$	ระยะเวลาที่เคยใช้บริการจากบริษัทฯ		
		น้อยกว่า 3 เดือน	3-6 เดือน	มากกว่า 6 เดือน
		2.29	3.09	3.77
ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร				
น้อยกว่า 3 เดือน	2.29	-	.80**	1.40**
3-6 เดือน	3.09		-	.69**
มากกว่า 6 เดือน	3.77			-
ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน				
น้อยกว่า 3 เดือน	2.35	-	1.24**	1.73**
3-6 เดือน	3.59		-	.48**
มากกว่า 6 เดือน	4.07			-
ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท				
น้อยกว่า 3 เดือน	2.40	-	1.28**	1.78**
3-6 เดือน	3.68		-	.51**
มากกว่า 6 เดือน	4.19			-
ด้านการอำนวยความสะดวก				
น้อยกว่า 3 เดือน	2.43	-	1.33**	1.71**
3-6 เดือน	3.76		-	.39**
มากกว่า 6 เดือน	4.15			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 20 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ 3-6 เดือน และ มากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ น้อยกว่า 3 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ มากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ 3-6 เดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ 3-6 เดือน และ มากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์

ฉุกเฉินมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทน้อยกว่า 3 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทมากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท 3-6 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ 3-6 เดือน และ มากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท น้อยกว่า 3 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท มากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการ บริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ 3-6 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ 3-6 เดือน และ มากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการอำนวยความสะดวก มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท น้อยกว่า 3 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัท มากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินด้านการอำนวยความสะดวก มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ 3-6 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.7 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ลูกค้ำที่มีตำแหน่งงานต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน
 ปรากฏผลดังตาราง 21-23

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของการบริการช่วยเหลือทางการเงิน ของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด
 จำแนกตามตำแหน่งงาน

ความพึงพอใจ	ระดับธุรการ		ระดับหัวหน้าแผนก		ระดับหัวหน้าส่วน		ระดับผู้จัดการ		ระดับผู้บริหาร						
	-	X	S	ระดับ	-	X	S	ระดับ	-	X	S	ระดับ			
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	2.89	0.76	ปานกลาง	3.10	0.80	ปานกลาง	3.31	0.96	ปานกลาง	3.51	0.93	มาก	3.70	0.90	มาก
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน	3.34	0.97	ปานกลาง	3.57	0.88	มาก	3.58	1.03	มาก	3.69	1.01	มาก	3.80	0.90	มาก
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	3.39	0.99	ปานกลาง	3.69	0.89	มาก	3.71	1.10	มาก	3.75	1.09	มาก	3.91	1.04	มาก
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	3.45	1.00	ปานกลาง	3.70	0.89	มาก	3.71	1.10	มาก	3.76	1.03	มาก	3.87	1.05	มาก
รวม	3.24	0.90	ปานกลาง	3.56	0.97	มาก	3.65	1.03	มาก	3.67	1.01	มาก	3.54	0.95	มาก

จากตาราง 21 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน กล่าวคือ พนักงานในระดับผู้จัดการและระดับผู้บริหารมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินโดยรวมและรายด้านในระดับมาก พนักงานในระดับหัวหน้าแผนกและหัวหน้าส่วน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานในระดับธุรการมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านในระดับปานกลาง

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินที่มี
ตำแหน่งงานแตกต่างกัน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	4	22.48	5.621	7.454**	0.000
	ภายในกลุ่ม	328	247.32	0.754		
	รวม	332	269.80			
2. ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	4	6.92	1.730	1.839	0.121
	ภายในกลุ่ม	328	308.58	0.941		
	รวม	332	315.50			
3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	4	8.31	2.077	1.978	0.098
	ภายในกลุ่ม	328	344.37	1.050		
	รวม	332	352.67			
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	5.68	1.419	1.386	0.239
	ภายในกลุ่ม	328	336.03	1.024		
	รวม	332	341.71			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	9.10	2.276	2.599*	0.036
	ภายในกลุ่ม	328	287.17	0.876		
	รวม	332	296.27			

จากตาราง 22 แสดงว่า ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 4 ด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD ปรากฏผลดังตาราง 23

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	ตำแหน่งงาน					
	$\bar{X}$	ธุรการ	หัวหน้าแผนก	หัวหน้าส่วน	ผู้จัดการ	ผู้บริหาร
	ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร					
		2.89	3.10	3.31	3.51	3.70
ธุรการ	2.89	-	.26*	.29*	.66**	.49**
หัวหน้าแผนก	3.10		-	.03	.40*	.23
หัวหน้าส่วน	3.31			-	.36	.20
ผู้จัดการ	3.51				-	.17
ผู้บริหาร	3.70					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 23 แสดงว่า ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับหัวหน้าแผนกและหัวหน้าส่วน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับธุรการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการและระดับผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับธุรการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับหัวหน้าแผนก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับอื่น มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 รวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลเอสโอเอส จำกัด จากแบบสอบถามปลายเปิดในแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับความถี่จากมากไปน้อย ดังแสดงในตาราง

ตาราง 24 แสดงข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

ข้อคิดเห็น	ความถี่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร			
ข่าวสารน้อย	64	ควรเพิ่มโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือ Internet เป็นต้น	9
ข่าวสารมากพอควร	31	ควรมีเอกสาร จุลสาร หรือ วารสาร ทุกเดือนหรือ 15 วัน ให้ข้อมูลข่าวสารและทราบกิจกรรมที่ผ่านมาของบริษัทตลอดจนการบริการและวิทยาการทางการแพทย์	4
สื่อไม่ชัดเจน	1	ควรทำประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือด้านสังคม	2
ขาดการประชาสัมพันธ์	1	ควรมีโฆษณาตามจุดที่น่าสนใจ เช่น ทางด่วน สนามบิน เมืองท่องเที่ยวต่างๆ เช่น พัทยา ภูเก็ต เป็นต้น	2
ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน			
ดี	16	ควรออกให้บริการ ณ บริษัทลูกค้า เป็นการประชาสัมพันธ์ให้บริษัท	1
มีมารยาท พุดจาสุภาพ อ่อนโยน เป็นกันเอง	15	พนักงานควรตอบคำถามเกี่ยวกับการบริการของบริษัทและโปรแกรมการช่วยเหลือต่างๆ ได้เท่าเทียมกันทุกคน	1
บริการ 24 ชม.	13	อยากให้ทีมงานเข้าร่วมการซ้อมหนีไฟของบริษัท	1
มีความกระตือรือร้น	7	อยากให้บริษัทจัดการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยทางเฮลิคอปเตอร์	1
ทำงานเป็นทีม	4		
รวดเร็ว ตรงเวลา	4		
ทำงานเป็นระบบ	3		
ประสานงานกันดี	3		
ได้รับการอบรมมาดี	1		
เอาใจใส่ลูกค้า	1		
มีความสามารถ	1		

ข้อคิดเห็น	ความถี่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท			
มีความชำนาญ ความรู้ ประสบการณ์	34	ควรเพิ่มแพทย์ เช่น แพทย์ชาวไทยเพิ่มขึ้น	3
ดีมาก	32	ให้แพทย์ออกตรวจสุขภาพให้ฟรีที่บริษัทลูกค้า	2
สุขภาพ ตรงเวลา กระจัดหรือร่น	10	ควรให้การสนับสนุนสถาบันการศึกษา เช่น การให้ทุนแก่นักศึกษาแพทย์ พยาบาลหรือนำ ไปฝึกงานในต่างประเทศเพื่อนำเทคโนโลยี ด้านการแพทย์กลับมาพัฒนาในประเทศไทย	2
ประสานงานกันดี	1	ควรมีแพทย์ของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ประจำโรงพยาบาลเครือข่าย	1
แพทย์น้อยไป	1	ลูกค้าสามารถเข้ารับการรักษาจากแพทย์ เฉพาะทางจากโรงพยาบาลอื่นได้	1
		ควรมีแพทย์ฝึกหัดร่วมงานที่บริษัทด้วย	1
ด้านการอำนวยความสะดวก			
เครื่องมือทันสมัยและมี เครื่องมือมาก	45	ต้องการให้มีโรงพยาบาลในเครือข่ายหลากหลาย ขึ้นและกระจายในหลายพื้นที่ เช่น ฝั่งธนบุรี	32
ดี	13	ควรมีการพัฒนาโปรแกรมแบบใหม่ไม่เหมือน ใครหรือพัฒนาร่วมกันระหว่างบริษัท บลูคอส ประกันสุขภาพจำกัดซึ่งเป็นบริษัทแบบเดียว กัน	3
รวดเร็ว สะดวก	6	ควรให้การช่วยเหลือหรือทำประโยชน์ เช่น ตรวจรักษาสุขภาพ ให้ยารักษาโรค แก่ประชาชนในชุมชนหรือสังคมต่างจังหวัด	2
โรงพยาบาลมีน้อยไป	4	ควรมี email ติดต่อแผนกปฏิบัติทางการแพทย์	1
		ควรมีรถเคลื่อนที่ประจำบริษัทลูกค้า	1
		ควรมีเฮลิคอปเตอร์ร่วมเดินทางไปกับขบวน การแพทย์อาสาหรือสภากาชาดไทย	1

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก จำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่ใช้บริการและตำแหน่งงาน

3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าต่อบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

เป็นสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการบริการ การบริหารงาน การดำเนินงานและการพัฒนางาน ในบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด และบริษัทอื่นๆ ที่มีรูปแบบการบริการใกล้เคียงกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. พื้นที่ที่ทำการศึกษาค้นคว้าได้แก่เขตกรุงเทพมหานคร
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากร ได้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทช่วยเหลือทางด้านการแพทย์ฉุกเฉิน บริษัท อินเตอร์ เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด คือ บริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มีพนักงานรวมทั้งสิ้น ณ. วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2543 เป็นจำนวน 663 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานของบริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้มาโดยการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือเมื่อทราบขนาดของประชากรเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดที่จะยอมรับได้ว่ามากพอที่จะเป็นตัวแทนของประชากรได้ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (0.5) โดยใช้สูตร Taro Yamane : 1967 จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คนและเลือกตัวอย่างตามสะดวก

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ดำเนินการศึกษากับประชากร ได้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทช่วยเหลือทางด้านการแพทย์ฉุกเฉินบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ได้แก่ บริษัท เซฟรอน ออฟซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 340 ฉบับ ได้รับคืนมา 333 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.94 นำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้ศึกษาค้นคว้าสร้างขึ้นลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสำรวจข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร 4 ด้าน จำนวน 42 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละด้านนอกเหนือจากคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social Science/Personal Computer Plus) โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 ลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

4. รวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัดจากแบบสอบถามปลายเปิดโดยนำเสนอในรูปความถี่ประกอบความเรียง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ลูกค้าผู้ใช้บริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีสถานภาพเป็นโสด อายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 6 เดือน และส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการ

2. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

2.1 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจในระดับมากคือ ความแปลกใหม่ของบริการ การให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัย การแนะนำผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ส่วนข้ออื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง

2.2 ด้านการบริการของพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่เป็นความพึงพอใจในระดับมากคือความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ การติดตามงาน ความเอาใจใส่ต่องานของลูกค้า ความขยันขันแข็งในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงาน พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน ความสามารถของพนักงานในการอธิบายโปรแกรมการช่วยเหลือแบบต่างๆ ความมีน้ำใจของพนักงาน พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนโยน และข้อที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความสามารถของพนักงานในงานที่รับผิดชอบ พนักงานมีความรู้ความสามารถในด้านบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน การประสานงานกันของพนักงานเพื่อให้บริการที่มีคุณภาพ ความเป็นผู้ฟังที่ดีและมีมารยาทที่ดีของพนักงานและการให้บริการของพนักงานต่อลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน

2.3 ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมและรายข้อในระดับมาก

2.4 ด้านการอำนวยความสะดวก ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมและรายข้อในระดับมาก

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าบริการช่วยเหลือทางการเงินของ บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 การทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 ลูกค้าที่เพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับบริการต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

3.3 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงิน โดยรวมทุกด้านในระดับมากและแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในส่วนของลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี และมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนลูกค้าที่มีอายุในระดับอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านบริการของพนักงานมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในส่วนของลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และมีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนด้านบริการของพนักงาน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทฯ และด้านอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของแพทย์ฉุกเฉินโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ลูกค้ำมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยลูกค้ำที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ำมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ลูกค้ำที่มีระดับรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้ำที่มีระดับรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินโดยรวมอยู่ในระดับมาก และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นลูกค้ำที่มีรายได้ระดับ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาทต่อเดือน และ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านในระดับมาก และ ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และ ระหว่าง 30,001-40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และ ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านในระดับปานกลาง โดยลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้ำที่มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ มากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ มากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สำหรับด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท และด้านการอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน 30,001-40,000 บาทต่อเดือน

40,001-50,000 บาทต่อเดือน และ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ในระดับอื่นมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมอยู่ในระดับมากและแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 3 เดือน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน ในระดับมาก ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 3-6 เดือน มีความพึงพอใจในแต่ละด้านระดับมาก ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง และ ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 3 เดือน มีความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านในระดับน้อย สำหรับลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในแต่ละด้านทั้ง 4 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ 3-6 เดือน และ มากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวกมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทฯ น้อยกว่า 3 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน กล่าวคือ พนักงานในระดับผู้จัดการและผู้บริหารมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของโดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้านในระดับมาก พนักงานในระดับหัวหน้าแผนกและหัวหน้าส่วนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานในระดับธุรการมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้านในระดับปานกลาง โดยลูกค้าที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับหัวหน้าแผนกและหัวหน้าส่วนมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับธุรการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการและระดับผู้บริหารมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับธุรการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่า

ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับหัวหน้าแผนกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับอื่น มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การรวบรวมข้อเสนอแนะที่เป็นความพึงพอใจของลูกค้าในรูปของความถี่ ที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก

4.1 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ข้อมูลข่าวสารของบริษัทมีน้อย เสนอแนะให้เพิ่มโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือ และ Internet เป็นต้น ควรมีเอกสาร หรือ จุลสาร หรือ วารสาร ทุกเดือน หรือ 15 วัน ให้ข้อมูลข่าวสารและทราบกิจกรรมที่ผ่านมาของบริษัท ตลอดจนการบริการและวิทยาการทางการแพทย์ ควรทำประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือด้านสังคม ควรมีโฆษณาตามจุดที่น่าสนใจ เช่น ทางด่วน สนามบิน เมืองท่องเที่ยวต่างๆ เช่น พัทยา ภูเก็ต เป็นต้น และ ควรมีการตั้งบูธใส่เอกสารสิ่งพิมพ์ของบริษัท ตามบริษัทลูกค้า ให้หยิบอ่านสะดวก

4.2 ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน พบว่า มีการบริการดีตลอด 24 ชั่วโมง มีมารยาท พูดจาสุภาพ อ่อนโยน เป็นกันเอง มีความกระตือรือร้น เสนอแนะควรออกให้บริการ ณ บริษัทลูกค้า เป็นการประชาสัมพันธ์ให้บริษัท

4.3 ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทฯ พบว่า มีความชำนาญ ความรู้ประสบการณ์ดีมากและมีความสุข ตรงเวลา กระตือรือร้น เสนอแนะให้เพิ่มแพทย์ ให้แพทย์ออกตรวจสุขภาพให้ฟรีที่บริษัทลูกค้า ควรให้การสนับสนุนสถาบันการศึกษา เช่น การให้ทุนแก่นักศึกษาแพทย์ พยาบาล หรือ นำไปฝึกงานในต่างประเทศ เพื่อนำเทคโนโลยีด้านการแพทย์กลับมาพัฒนาในประเทศไทย

4.4 ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่า มีเครื่องมือทันสมัย และมีเครื่องมือมาก เสนอแนะให้มีโรงพยาบาลในเครือข่ายหลากหลายขึ้นและกระจายในหลายพื้นที่ เช่น ฝั่งธนบุรี ควรมีการพัฒนาโปรแกรมแบบใหม่ ไม่เหมือนใคร หรือพัฒนาร่วมกันระหว่างบริษัท Blue Cross ที่เป็นบริษัทแบบเดียวกัน ควรให้การช่วยเหลือ หรือ ทำประโยชน์ เช่น ตรวจรักษาสุขภาพ ให้ยารักษาโรคแก่ประชาชนในชุมชนหรือสังคมต่างจังหวัด

อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท และด้านการอำนวยความสะดวก พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัทฯ โดยรวมในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทมีข้อมูลข่าวสารน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีความแปลกใหม่ของการบริการ เช่นบริการสำรองค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า การให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัย การแนะนำผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ และ การบริการข้อมูลเกี่ยวกับบริการพิเศษของบริษัทอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ไทยประกันชีวิต (2539 : 9-10) เสนอแนวคิดปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ คือ ความทันสมัยต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับบริการจะได้รับการให้คำแนะนำตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ารวมถึงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ยังไม่คลุมเครือเข้าใจต่อการฟัง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรชัย อยู่พะเนียด (2535 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความพอใจของผู้ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้โดยสาร มีความพึงพอใจในด้านข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง และ สุทธิ ปันมา (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ พบว่า ความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับบริการอยู่ในระดับปานกลาง และ เจมส์ โบแมน และ เดวิด นอร์แมน (1945) ได้ศึกษาถึง ทศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยไวโอมิง พบว่า การให้บริการสาธารณะในภาครัฐบาลยังมีความคล่องตัวน้อยกว่าการให้บริการสาธารณะในภาคเอกชน ซึ่งภาครัฐควรต้องมีการปรับปรุงมาตรฐานในการสรรหาบุคคลเข้ามาทำงาน มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ดี ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในงานทำงาน

1.2 ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท โดยรวมในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานมีความรู้และความสามารถ มีการบริการดี มีมารยาท พุดจาสุภาพ อ่อนโยนและมีความเป็นกันเอง ตลอดจนมีความกระตือรือร้น ทำงานเป็นทีม เป็นระบบ และเอาใจใส่ลูกค้าดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีความพึงพอใจในระดับมากคือ พนักงานมีความสามารถในการอธิบายโปรแกรมการช่วยเหลือแบบต่างๆ และมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ พนักงานพุดจาสุภาพอ่อนโยน มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ต่องานของลูกค้า มีการติดตามงาน มีน้ำใจดี มีความสุภาพอ่อนโยน และมีความขยันขันแข็งในการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ชานาญ ผู้เอี่ยม (2537) ที่กล่าวว่าคุณภาพของการให้บริการที่ดี คือ SERVICE กล่าวคือ พนักงาน มีความยิ้มแย้ม แจ่มใส เห็นอกเห็นใจลูกค้า มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว แสดงออกถึงความเคารพในลูกค้า ให้เกียรติลูกค้า มีการให้บริการด้วยความเต็มใจ มีการแสดงออกซึ่งเสริมภาพพจน์ผู้ให้บริการและองค์กร มีกริยาอาการ สุภาพ อ่อนโยน มีมารยาทดี และมีความกระตือรือร้นในการบริการ ให้บริการมากกว่า ที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งเพอร์เลอท์ (1971 : 135-144) กล่าวว่า ความคาดหวังของผู้ป่วยที่เข้ามาใช้บริการในสถานพยาบาลส่วนใหญ่ต้องการที่จะรู้เกี่ยวกับอาการ ขั้นตอนของการรักษา และได้พบเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าตายิ้มแย้มแสดงท่าที่เป็นกันเอง ตลอดจนดูแลอย่างดี และ จอห์น ดี มิลเลต (1954 : 397-400) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการวัดได้จาก เป็นการให้บริการอย่างเท่าเทียม เสมอภาค เป็นการให้บริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา มีการให้บริการอย่าง พอเพียง มีการให้บริการที่มีความก้าวหน้า พัฒนางานบริการทางด้าน ปริมาณและคุณภาพให้มีความ เจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ และ ไทยประกันชีวิต จำกัด (2539 : 14) เสนอแนวคิด กฎแห่งสำคัญ 8 ดอกสู่ความ พึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ คือ การเข้าใจในความต้องการของลูกค้า รู้จักวิธีการติดต่อ สื่อสารที่ดี ใช้คำพูดที่สุภาพ ชัดเจน เข้าใจง่าย ความมีมารยาท มีความรับผิดชอบ ในการทำงาน มีความสามารถรอบรู้ มีการแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์กับลูกค้าและเกิดการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีความ น่าเชื่อถือ ต้องทำให้ลูกค้าเกิดศรัทธาความเชื่อถือ

มีความน่าไว้วางใจ มีสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ดี และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ มณีวรรณ ต้นไทย (2533 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความ สัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยยึดจากความพึงพอใจของประชาชน พบว่า พฤติกรรมให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยามีลักษณะไม่คำนึงถึงตัวบุคคลสูง และยิ่งการให้บริการแบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคลสูงมากเท่าใดยิ่งทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจมากเท่านั้น กล่าวคือ พนักงานไม่มีการเลือกปฏิบัติไม่ว่าลูกค้าจะเป็นบุคคลระดับไหน มีการบริการที่ดีสำหรับลูกค้าทุกคน และสอดคล้องกับ เรืองชัย สิริธรงค์ (2535 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการทำบัตรประจำตัวประชาชน พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อความเสมอภาค ความรวดเร็วของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและวิธีการบริการที่สะดวก

1.3 ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท เป็นความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท โดยรวมและรายข้อในระดับมาก ในฐานะที่ผู้วิจัยอยู่ในองค์กรนี้ทราบว่า แพทย์แต่ละท่านที่ได้เข้ามาร่วมงานกับทางบริษัทจะต้องผ่านกระบวนการสรรหา การคัดเลือก การสอบสัมภาษณ์จากผู้บริหารระดับสูงของบริษัททั้งทางด้านความรู้ในวิชาชีพ จิตวิทยา บุคลิกภาพ อหยาตัย การแต่งกาย ความทันสมัยในวิทยาการสมัยใหม่ การใช้ภาษาอังกฤษ การเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศต่างๆ ทั้งนี้เพราะแพทย์ประจำบริษัทอาจจะต้องถูกส่งตัวไปรับหน้าที่ ณ ประเทศต่างๆ ตามที่ทางบริษัทเห็นสมควร ดังนั้นแพทย์ทุกท่านจึงเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเป็นที่ประทับใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าแพทย์ประจำบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านที่แพทย์มีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและประสบการณ์มาก ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ ไว้วางใจ มีความรู้สึกว่าปลอดภัย ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินในระดับมากและเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจที่จะเป็นลูกค้ากับบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของกรอมิค (1947 : 173) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการต่างๆ ที่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งลูกค้าของบริษัทได้รับการตอบสนองจากแพทย์ประจำบริษัทตรงตามความต้องการก่อให้เกิดความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ กิติมา ปรีดีดิลก (2529 : 321) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกที่ชอบหรือพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ของงานและผู้ปฏิบัติงานนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการของเขาได้และไทยประกันชีวิต (2539 : 9-10) ที่ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพราะการให้คำแนะนำตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน ความรวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้ง แต่ละเรื่อง การลดขั้นตอนหรืออนุโลมให้ลูกค้าในบางกรณีลูกค้าจะมีความรู้สึกที่ง่าย ไม่เสียเวลา การดำเนินการให้ด้านบริการต่างๆ ที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี เหล่าจิตพิงค์ (2524 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจในการบริการด้านการปฏิบัติงานของแพทย์ พยาบาลและเจ้าหน้าที่ เพราะว่าผู้ใช้บริการเห็นว่า แพทย์พยาบาลและเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ให้คำแนะนำและอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ

1.4 ด้านการอำนวยความสะดวก เป็นความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท โดยรวมและรายข้อในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะทางบริษัทมีนโยบายที่ต้องเสนอการบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า ต้องไม่มีข้อบกพร่องใดๆ เกิดขึ้นหรือถ้ามีข้อบกพร่องใดๆ เกิดขึ้นก็ตามทางเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องและคณะผู้บริหารจะเข้ามาแก้ไขปัญหาทันที และทางบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจทางด้านการช่วยเหลือทางการเงินซึ่งการบริการทุกอย่างต้องมีการเตรียมพร้อมอยู่เสมอ มีบริการที่รวดเร็ว

เจ้าหน้าที่ทุกท่านได้รับการฝึกอบรมทั้งในด้านการบริการต่างๆ ที่จะสนองตอบความต้องการของลูกค้าและการช่วยเหลือลูกค้าในกรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินมาเป็นอย่างดี ลูกค้ามีความสะดวกที่จะโทรศัพท์ติดต่อเข้ามายังบริษัทได้ตลอด 24 ชั่วโมงและทางบริษัทเปิดทำการทุกวันโดยไม่มีวันหยุด อีกทั้งทางบริษัทมีจำนวนพนักงานเพียงพอในการบริการลูกค้า มีการทำงานอย่างเป็นระบบขั้นตอน มีการบริการที่รวดเร็วตลอดจนแพทย์มีความตรงต่อเวลา มีการบริการที่ตรงเวลา มีการแต่งกายดีและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับที่ไทยประกันชีวิต (2539 : 9-10) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจด้านความสะดวก โดยที่ลูกค้าจะรู้สึกประทับใจเมื่อมีพนักงานที่คอยให้ความสะดวกกับลูกค้าเพียงพอ มีความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้บริการกับลูกค้า การให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะได้รับการให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้รับบริการไม่เข้าใจในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอัญชลี เหล่าธิตีพงศ์ (2524 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุขเพราะศูนย์อยู่ใกล้บ้านจึงสะดวก ประหยัดเวลา อีกทั้งค่าบริการไม่แพง

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เฮลธโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่มีเพศต่างกัน พบว่า ลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมทุกด้านและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่เป็นเพศชายและเพศหญิงต่างมีความต้องการในการรับบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่เหมือนกันไม่มีการแบ่งแยกเพศและในการให้บริการบริษัท ไม่คำนึงถึงว่าลูกค้าจะเป็นเพศใด บริษัทจะให้การบริการแก่ลูกค้าในฐานะเท่าเทียมกัน ดังนั้นเพศจึงไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาการให้บริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไพบุลย์ อะภิมา ที่ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของประชาชนต่อศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน (สสมช.) ตำบลเนินพระ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของประชาชนต่อบริการ สสมช.

2.2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน พบว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน คือ โสด สมรส และหย่าร้าง มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมทุกด้านและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ต่างมีความต้องการในการรับบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินที่เหมือนกัน ไม่มีการแบ่งแยกสถานภาพในการให้บริการของพนักงานหรือแพทย์ประจำบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530 : บทคัดย่อ) และ มณีวรรณ ต้นไทย (2533 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการว่าไม่คำนึงถึงตัวบุคคลมากเท่าใด ยิ่งทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจในการรับบริการมากเท่านั้น

2.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมทุกด้านและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้ง

ไว้ โดยลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และมีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี และมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อคนเรามีอายุมากขึ้นจะเริ่มเอาใจใส่ต่อสุขภาพของตนเอง มองเห็นความสำคัญของการบำรุงรักษาสุขภาพ มากกว่าเมื่อครั้งที่ยังมีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นหรือวัยเริ่มต้นของการทำงาน อีกสาเหตุหนึ่งก็คือเมื่อทำงานมาแล้วในช่วงระยะเวลาหนึ่งพนักงานส่วนใหญ่จะได้รับความไว้วางใจจากบริษัทที่ตนทำงานอยู่ให้มีความรับผิดชอบในงานที่สูงขึ้นซึ่งขึ้นอยู่กับอายุงาน ประสบการณ์และวุฒิที่สูงขึ้นทำให้ต้องทำงานมากขึ้น เกิดความเครียดมากขึ้นส่งผลให้เกิดโรควัยไข้เจ็บต่างๆ ซึ่งต้องการการดูแลสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นจากงานวิจัยจึงพบว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี และมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับสูง และมีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทมานานกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งมีตำแหน่งงานในระดับต่ำกว่าและมีระยะเวลาที่ใช้บริการของบริษัทน้อยกว่า จึงมีความสนใจที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารและมีความพึงพอใจในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกาให้บริการของเจ้าหน้าที่องค์การรับราชการกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลกำหนดพฤติกรรมกาให้บริการคือ อายุ ทัศนคติ และสถานภาพทางสังคมของประชาชนและสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วัลลภา ชายหาด (2532 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อการบริการสาธารณะด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระดับการศึกษาและลักษณะของเขตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการสาธารณะ ด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร และ ไพบุลย์ อะภิมา ที่ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของประชาชนต่อศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน (สคมช.) ตำบล เนินพระ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยด้านอายุ ความรู้ ทัศนคติ ประสบการณ์การใช้บริการอาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของประชาชนต่อการบริการ สคมช.

2.4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินโดยรวมทุกด้านและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอาจจำเป็นต้องเดินทางไปทำงานหรือศึกษาในต่างประเทศ อาจเคยเห็นโฆษณาและรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากต่างประเทศพอสมควร ซึ่งในต่างประเทศการบริการของบริษัทเป็นที่รู้จักแพร่หลาย จึงทำให้มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนบริการด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก ได้รับความพึงพอใจในระดับเดียวกันสำหรับลูกค้าในทุกระดับการศึกษา อาจกล่าวได้ว่า พนักงานและแพทย์ประจำบริษัทฯ ให้การต้อนรับ ให้คำแนะนำ และบริการที่ดีแก่ลูกค้า ตลอดจนให้ความอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

อย่างเท่าเทียมกัน ลูกจ้างเกิดความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ วัลลภา ชายหาด (2532 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการสาธารณะด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร และ พิมพ์ศิริ ณ เชียงใหม่ (2529 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้มารับบริการหน่วยผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเด็กในแต่ละหน่วยงานคือ หน่วยเวชระเบียนและหน่วยตรวจโรคและห้องยา พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ คือ ระดับการศึกษา และสอดคล้องกับ รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2535 : 68) ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ตามนโยบายประกันสังคม พบว่า ผู้ประกันตนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีความพึงพอใจต่อบริการทางการแพทย์ด้านความสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกและค่าใช้จ่ายที่เสียไปต่ำกว่าผู้ประกันตนที่มีระดับการศึกษารองๆ ลงไป ซึ่งอาจเป็นเพราะบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะให้ความสำคัญกับเวลา ความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป ดังนั้น ย่อมคาดหวังที่จะได้รับบริการที่รวดเร็ว ทันเวลา และ สอดคล้องกับการวิจัยของ ไพบุลย์ อะภิมา ที่ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของ ประชาชนต่อศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน (สคมช.) ตำบลเนินพระ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษาและสภาพการเดินทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของประชาชนต่อบริการสคมช.

2.5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินโดยรวมทุกด้านและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน และ 40,001-50,000 บาทต่อเดือน และ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวก มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งอาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีรายได้ระดับมากกว่ามีการเลือกรูปแบบของการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ ในระดับดีกว่าและครอบคลุมมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ในระดับต่ำกว่าซึ่งมีโอกาสนในการเลือกรูปแบบของการบริการน้อยกว่า ดังนั้นลูกค้าที่มีระดับรายได้มากจึงมีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินในระดับมาก ประกอบกับมีตำแหน่งงานที่สูงกว่า อาจเคยมีประสบการณ์เดินทางไปต่างประเทศ ได้เห็นโฆษณาในต่างประเทศของบริษัท อาจทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของบริษัทจากต่างประเทศพอสมควร ประกอบกับมีระยะเวลาการรับบริการนานกว่าทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการด้านต่างๆ มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2535 : 68-69) ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ตามนโยบาย ประกันสังคม พบว่าผู้ประกันตนที่มีรายได้สูงกว่า (เดือนละ 9,000 บาทขึ้นไป) ได้รับความพึงพอใจในบริการทางการแพทย์สูงกว่าผู้มีรายได้กลุ่มอื่นๆ ส่วนผู้ประกันตนที่มีรายได้ต่ำกว่าเดือนละ 3,000 บาท ได้รับความพึงพอใจต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบรายได้กับค่าแรงขั้นต่ำวันละ 115 บาท อาจเป็นกลุ่มที่ได้รับค่าจ้างเป็นรายวันมากกว่ารายเดือน นับเป็นกลุ่มผู้มีรายได้น้อยเวลาเกิดการเจ็บป่วย ทำให้ต้องหยุดงาน ขาดรายได้ แม้ได้รับการรักษาโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอีก ก็ไม่ทำให้เกิดความพึงพอใจสูงขึ้น เพราะภาวะเศรษฐกิจที่รัดตัวทำให้เกิดความกังวลกับรายได้ที่ต้องเสียไปกับการหยุดงานย่อมมีมากกว่า

2.6 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมทุกด้านและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ได้รับบริการจากบริษัทระหว่าง 3-6 เดือนและมากกว่า 6 เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทและด้านการอำนวยความสะดวกสูงกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ได้รับบริการจากบริษัทน้อยกว่า 3 เดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์ศิริ ณ เชียงใหม่ (2529 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้มารับบริการหน่วยผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเด็กในแต่ละหน่วยงานคือ หน่วยเวชระเบียนและหน่วยตรวจโรคและห้องยา พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ คือ ระดับการศึกษาและการใช้เวลาซึ่งอาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการจากบริษัทเป็นเวลามากกว่า 6 เดือน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่า ตลอดจนรับรู้การบริการของบริษัทที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใครเมื่อเปรียบเทียบกับบริการของคลินิกเอกชนอื่นๆ ในรูปแบบของการบริการและความสามารถของแพทย์ ก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้ามากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการจากบริษัทระยะเวลาน้อยกว่า 3 เดือน

2.7 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของลูกค้าที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยรวมทุกด้านและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยลูกค้าที่มีตำแหน่งงานระดับผู้บริหาร ระดับผู้จัดการ ระดับหัวหน้าส่วน ระดับหัวหน้าแผนกมีความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าลูกค้าที่มีตำแหน่งงานระดับธุรการ อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในตำแหน่งสูงกว่า อาจเคยมีประสบการณ์ใช้บริการทางการแพทย์จากที่อื่นมาก่อน เช่น ในต่างประเทศหรือบริษัทอื่นๆ ก่อนมาใช้บริการของบริษัทฯ ย่อมนำประสบการณ์ที่เคยได้รับมาเปรียบเทียบกับบริการของโรงพยาบาลของรัฐหรือของคลินิกเอกชนอื่นๆ ประกอบกับความเป็นสากลของบริษัทฯ ที่มีเครือข่ายทั่วโลกและได้รับการยอมรับแพร่หลาย โดยที่บริษัทมีคลินิกทั่วโลกกว่า 400 แห่ง มีทีมงานและแพทย์ที่เชี่ยวชาญกว่า 2,500 คนทั่วโลก บริการ ข้ามชาติกว่า 3,500 บริษัท และมีสมาชิกทั่วโลกกว่า 40 ล้านคน ย่อมมีความรู้ความชำนาญ ตลอดจนมีระบบในการจัดการที่เป็นสากล ลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับสูง อาจได้รับรู้ข้อมูลดังกล่าวมาจากบริษัทและประกอบกับการเดินทางไปดูงานในต่างประเทศ ทำให้รับทราบข้อมูลดังกล่าว และการบริการของบริษัทในประเทศไทยก็ไม่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจ ความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทในระดับมากกว่าลูกค้าที่มีตำแหน่งงานในระดับธุรการที่เป็นพนักงานในระดับทั่วไป มีอายุน้อย มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าและอาจยังไม่เคยรับบริการในลักษณะนี้ ซึ่งในเมืองไทยยังมีไม่แพร่หลาย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2535 : 68-69) ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ เรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ตามนโยบายประกันสังคม พบว่า ผู้ประกันตนที่เคยมีประสบการณ์เคยใช้บริการที่อื่นมาก่อน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการทางการแพทย์ต่ำกว่าผู้ประกันตนที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการรับบริการจากที่อื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเทสส์เลอร์และแมคคานิก (1975 : 95-112) พบว่า ความพึงพอใจของบุคคลต่อบริการทางการแพทย์จะแตกต่างกันเนื่องจากความคาดหวังประสบการณ์ที่ได้รับมาไม่เหมือนกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า บริการช่วยเหลือทางการเงินเป็นบริการที่ยังใหม่สำหรับคนไทย ส่วนใหญ่ของลูกค้าที่มาใช้บริการ คือลูกค้าที่เป็นสมาชิกซึ่งแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม กลุ่มแรกสมัครเป็นสมาชิกเป็นการส่วนตัวส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างชาติซึ่งลูกค้าเหล่านี้ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ ในขณะที่เดินทางไปยังประเทศต่างๆ หรือ บางครั้งได้มีโอกาสเห็นการช่วยเหลือทางการเงินในขณะที่พวกเขาเดินทางจึงมองเห็นความสำคัญของการได้เป็นสมาชิกของบริษัทช่วยเหลือทางการเงิน และลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งเป็นสมาชิกโดยที่ทางบริษัทที่ทำงานอยู่สมัครสมาชิกให้ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชาวไทย ลูกค้ากลุ่มนี้มีโอกาสเดินทางต่างประเทศน้อย อีกทั้งทางบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด เองก็ไม่ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ มากนัก ดังนั้นจึงไม่ค่อยจะเป็นที่รู้จักแพร่หลายในประเทศไทย ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้มีการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงความสำคัญของการช่วยเหลือทางการเงินตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณาบนทางด่วน นิตยสารต่างๆ เป็นต้น เพื่อที่จะทำให้บริการช่วยเหลือทางการเงินนี้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น และเป็นการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นในอนาคต

2. ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะทางบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด มีกระบวนการเลือกสรร การคัดเลือก การสอบสัมภาษณ์ที่ดีก่อนที่จะรับพนักงานเข้ามาทำงานในแผนกนี้ พนักงานจะต้องมีธรรมาภิบาล บุคลิกภาพดี สามารถพูดและเขียนภาษาอังกฤษได้ดี มีใจรักในงานบริการ เรียนรู้ได้เร็ว กระตือรือร้น และสามารถทำงานหนักได้ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นที่ประทับใจของลูกค้า ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้พนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน ออกไปให้บริการหรือออกไปประชาสัมพันธ์ยังบริษัทของลูกค้าบ้าง เพื่อให้ลูกค้าจะได้ประทับใจในการให้บริการมากยิ่งขึ้น และเมื่อได้พบปะกันและได้รู้จักกับลูกค้าเป็นการส่วนตัวแล้วจะทำให้การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัท พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะทางบริษัท อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ได้มองเห็นความสำคัญของบุคลากรทางด้านนี้ เพราะว่าการบริการด้านการช่วยเหลือทางการเงินเป็นหัวใจของบริษัทฯ แพทย์ทุกท่านที่ผ่านการคัดเลือกเข้ามาทำงานกับทางบริษัทฯ เป็นบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเป็นอย่างมาก ลูกค้าจึงมีความพึงพอใจในความสามารถของแพทย์ในระดับมาก ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้แพทย์ของบริษัทฯ ออกตรวจสุขภาพยังบริษัทของลูกค้าทุกๆ 6 เดือน และออกตรวจสุขภาพฟรีให้ประชาชนทั่วไปในโอกาสต่างๆ เช่น งานสภากาชาดไทย หรือออกตรวจสุขภาพของประชาชนทั่วไปร่วมกับหน่วยแพทย์อาสาเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทฯ

4. ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะการให้คำแนะนำหรือการช่วยเหลือทางการเงินนั้นเป็นงานด้านการให้บริการ ซึ่งลูกค้าจะต้องได้รับความสะดวกสูงสุดและทางบริษัท เองก็มีนโยบายที่จะให้บริการที่เป็นเลิศ ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้มีการจัดนิทรรศการในรูปแบบแสดงการทำงานของพนักงาน จำลองโรงพยาบาลในเครือข่าย สาธิตวิธีการช่วยเหลือทางการเงินพร้อมทั้งอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ยานพาหนะในการลำเลียงผู้ป่วย เพื่อให้ลูกค้าเข้าเยี่ยมชมเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทฯ ทำให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของการช่วยเหลือทางการเงินและเห็นถึงความสะดวกที่จะได้รับและทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท
อินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กิติมา ปรีดีติลล. ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ : ชเนการพิมพ์, 2529
- แจ่มจันทร์ ณ กาฬสินธุ์. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด
สาขามหาสารคาม. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
2542. อัดสำเนา
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์, 2541. อัดสำเนา
- ชำนาญ ภูเอี่ยม. การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มารับบริการ. อุดรดิตถ์ : ฟือออฟเซ็ทอาร์ท, 2537
- ณรงค์ สวีแพทย์. การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารอากาศชั้นต่ำกว่า
สัญญาบัตร กองบิน 71 กองพลบินที่ 4 จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ กศม. :
สงขลา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภาคใต้, 2534. อัดสำเนา.
- ไทยประกันชีวิต จำกัด, บริษัท. การบริการสู่ความเป็นเลิศ. 1 (1) : 6-26 ; มีนาคม, 2539
- ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการบริการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนา, 2519
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. มหาสารคาม : โรงพิมพ์สุวิริยาสาสน, 2532.
- ประหยัด มาคะนอง. ทศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะของหน่วยงานปกครองท้องถิ่น :
ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523. อัดสำเนา.
- ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. ความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อกระบวนการยุติธรรม :
การวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระดับยูนิแวกซ์และระดับมัลติแวกซ์. กรุงเทพฯ :
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2531.
- ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. สุขภาพจิตเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : บัณฑิตการพิมพ์, 2530.
- พรรณภา วรกลัป. "ประกันชีวิต-ประกันภัย", ดอกเบี้ย. 16(202) : 106-109 ; เมษายน, 2541
- พยุศักดิ์ นามวรรณ. ความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่สืบสวนของเจ้าหน้าที่ตำรวจชั้นประทวน
ในสถานีตำรวจภูธรจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
2537. อัดสำเนา.
- พิมพ์ศิริ ณ เชียงใหม่. ความพึงพอใจของผู้มารับบริการในหน่วยผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลเด็ก. วิทยานิพนธ์
ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2529. อัดสำเนา
- ไพบุลย์ อะภิมมา. ความพึงพอใจในการใช้บริการของประชาชนต่อศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน (สศมช.)
ตำบลเนินพระ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2530. อัดสำเนา.
- ภักดี ดนัยพงศกร. พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อการบริการของ
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซอยหนองจิก จังหวัดปัตตานี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.
สงขลา : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา, 2534. อัดสำเนา.
- ภัทรชัย อยู่พะเนียด. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์
กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม, 2535. อัดสำเนา.

- มณีวรรณ ต้นไทย. พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนผู้มาติดต่อ. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533. อัดสำเนา.
- รัชยา กุลวานิชไชยนันท์. ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. รายงานการวิจัย : กรุงเทพฯ, 2535. อัดสำเนา
- เรืองชัย สิริธวัชศรี. ความพึงพอใจของผู้รับบริการงานบัตรประจำตัวประชาชนอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม : สำนักงานทะเบียนราษฎร, 2535
- ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3, 2536 : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ
- วันชัย ไชยมหาพฤกษ์. การศึกษาความพึงพอใจในการบริการหลังการขายของลูกค้าบริษัทสุโขทัยฮอนด้าคาร์ส์ จำกัด จังหวัดสุโขทัย. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541. อัดสำเนา
- วัลลภา ชายหาด. ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะด้านรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532. อัดสำเนา.
- วิภา ดุรงค์พิศิษฐ์กุล. ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการบริการของโรงพยาบาลรามารัตน์ดี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2525. อัดสำเนา.
- สาโรช ไสยสมบัติ. ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์ โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ กศม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2534 . อัดสำเนา.
- สุทธิ ปันมา. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2535. อัดสำเนา
- สุวัฒนา ไบเจริญ. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ). วิทยานิพนธ์ กศม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2540. อัดสำเนา
- สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่องค์การราชการ กับปัจจัยสภาพแวดล้อมในเขตเทศบาลเมืองภาพสินธุ์. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530. อัดสำเนา.
- สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ ศุภวรรณ. “ธนาคารกรุงเทพ ครองแชมป์ขวัญใจลูกค้า”, การเงินการธนาคาร. 10(115) : 185-192 : พฤศจิกายน, 2534
- โสภา ชูพิกุลชัย และอรทัย ชื่นมนุชย์. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา, 2518
- อัจฉนา บุญโท. ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎรสำนักงานทะเบียนอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2534. อัดสำเนา
- อัญชลี เหล่าจิตพิงค์. การศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524. อัดสำเนา.

- Brian Stipak. "Citizen Satisfaction with Urban Service : Potential Misuse as Performance Indicator," *Public Administration Review*. 20(36) : 46-52 : January-February, 1979
- Cornick, C.A. *Leadership*. New York : Harmonds Worth, 1947
- D. Elia, G., Partrick, M. "The Determinants of Job Satisfaction Among Beginning Librarians," *Library Quarterly*. 49(3) : 283-302 ; July, 1947.
- Dessler, G. *Human Behavior : Imprpoving Performance of Work*. Virginia : Reston Publishing Company Inc., 1983.
- James S., Bouman and David L. Norman. "Attitudes Towards the Public Service : A surver Evaluation : Are They Compatible 7," *Public Administration Review*. 30(20) : 113-135 : March-April, 1975
- Newcomer, Mabel. *The Big Business Executive*. New York : Columbia University, 1955.
- Morse, Nancy C. *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan : University of Michigan, 1955
- Wolman, Thomas E. *Education and Organiztional Leadership in Elementary School*. Engle Wood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1973

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม
ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการเงิน
ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด
ในเขตกรุงเทพมหานคร

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110

วันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม
เรียน ท่านลูกค้าผู้มีเกียรติ

ด้วยดิฉัน นางสาวสิริพันธ์ นวลอนันต์ เป็นนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหา
บัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำลังทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจ
ของลูกค้าที่มีต่อการบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด
ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาและพัฒนาการให้บริการช่วยเหลือทาง
การแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครให้เกิดความ
พึงพอใจมากที่สุดต่อไป ซึ่งคำตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลในภาพ
รวมซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแต่อย่างใด จึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้
ทุกข้อและขอขอบพระคุณล่วงหน้าในความอนุเคราะห์ครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ขอแสดงความนับถือ



(นางสาวสิริพันธ์ นวลอนันต์)

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

หมายเหตุ: ขอความอนุเคราะห์ติดต่อส่งคืนเจ้าหน้าที่แผนกประชาสัมพันธ์ภายในวันที่ 20 มกราคม
พ.ศ. 2545

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง
ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน
ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด
ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้มีความประสงค์จะศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 รายละเอียดส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านดังต่อไปนี้

- | | | |
|----|----------------------------|----------------------|
| 1. | เพศ | |
| | () ชาย | () หญิง |
| 2. | สถานภาพสมรส | |
| | () โสด | () สมรส |
| | () หย่าร้าง | |
| 3. | อายุ | |
| | () 20 - 30 ปี | () 31 - 40 ปี |
| | () 41 - 50 ปี | () 51 - 60 ปี |
| | () มากกว่า 60 ปี | |
| 4. | ระดับการศึกษา | |
| | () ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | () สูงกว่าปริญญาตรี |

5. รายได้ต่อเดือน
- | | |
|--|--|
| ☐ 10,001 – 20,000 บาท | ☐ 20,001 – 30,000 บาท |
| ☐ 30,001 – 40,000 บาท | ☐ 40,001 – 50,000 บาท |
| ☐ 50,000 บาทขึ้นไป | |
6. ระยะเวลาที่ได้รับบริการจากบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด
- | | |
|---|--------------------------------------|
| ☐ น้อยกว่า 3 เดือน | ☐ 3 - 6 เดือน |
| ☐ มากกว่า 6 เดือน | |
7. ตำแหน่งงาน
- | | |
|--|--|
| ☐ พนักงานระดับธุรการ | ☐ พนักงานระดับหัวหน้าแผนก |
| ☐ พนักงานระดับหัวหน้าส่วน | ☐ พนักงานระดับผู้จัดการ |
| ☐ พนักงานระดับผู้บริหาร | |

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการเงินของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อแล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- คะแนน 5 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจมากที่สุด
- คะแนน 4 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจมาก
- คะแนน 3 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจปานกลาง
- คะแนน 2 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจน้อย
- คะแนน 1 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ข้อ ที่	ประเด็นของความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร					
1	ภาพพจน์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท					
2	ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท					
3	ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ					
4	ความแปลกใหม่ของบริการ เช่น บริการสำรองค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า					
5	การให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัย					
6	การแนะนำผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ					
7	การบริการข้อมูลเกี่ยวกับบริการพิเศษของบริษัท					
8	การรับทราบข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ของบริษัท					
9	การรับรู้การดำเนินงานของบริษัทจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์					
	2. ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการเงิน					
1	พนักงานมีความรู้ความสามารถในด้านบริการทางการเงิน					
2	ความสามารถของพนักงานในการอธิบายโปรแกรมการช่วยเหลือแบบต่างๆ					
3	ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงาน					
4	พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนโยน					
5	ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ					
6	ความเอาใจใส่ต่องานของลูกค้า					
7	การติดตามงาน					
8	ความสามารถของพนักงานในงานที่รับผิดชอบ					
9	การให้บริการของพนักงานต่อลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน					

ข้อ ที่	ประเด็นของความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	2. ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน (ต่อ)					
10	ความเป็นผู้ฟังที่ดีและมีมารยาทที่ดีของพนักงาน					
11	ความมีน้ำใจของพนักงาน					
12	ความขยันขันแข็งในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน					
13	พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน					
14	การประสานงานกันของพนักงานเพื่อให้บริการที่มีคุณภาพ					
	3. ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทฯ					
1	ความรู้ของแพทย์					
2	ความน่าเชื่อถือของแพทย์					
3	ความเชี่ยวชาญของแพทย์					
4	อริยาไยของแพทย์					
5	คำแนะนำของแพทย์					
6	บุคลิกภาพของแพทย์					
7	ความมีวิจารณญาณของแพทย์					
8	ความทันสมัยของแพทย์					
9	ความสามารถในการรักษาของแพทย์					
	4. ด้านการอำนวยความสะดวก					
1	ความสะดวกในการเข้ารับบริการ					
2	จำนวนพนักงานที่บริการลูกค้ามีเพียงพอ					
3	ความสะดวกในการโทรศัพท์มายังศูนย์รับแจ้งฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง					
4	การทำงานอย่างมีระบบขั้นตอน					
5	การให้บริการที่รวดเร็วต่อลูกค้า					
6	การลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับลูกค้า					
7	การให้บริการที่ตรงเวลา					
8	ความตรงต่อเวลาของแพทย์					
9	การแต่งกายของแพทย์					
10	ความกระตือรือร้นในการให้บริการต่อลูกค้าของแพทย์					

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในด้านต่อไปนี้

3.1 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....
.....
.....
.....
.....

3.2 ด้านการบริการของพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการทางการแพทย์ฉุกเฉิน.....
.....
.....
.....
.....

3.3 ด้านความสามารถของแพทย์ประจำบริษัทฯ.....
.....
.....
.....
.....

3.4 ด้านการอำนวยความสะดวก.....
.....
.....
.....
.....

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5726, 5644

ที่ ทม 1012/ 3869

วันที่ 10 ตุลาคม 2544

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวสิริพันธ์ นวลอนันต์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญอาจารย์ผจงศักดิ์ หมวกสง และ อาจารย์ฉัฐยา ประดิษฐสุวรรณ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวสิริพันธ์ นวลอนันต์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ศาสตราจารย์ ดร.เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5726, 5644

ที่ ทม 1012/ 3868

วันที่ 10 ตุลาคม 2544

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวสิริพันธ์ นวลอนันต์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิ่มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตน์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉินของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวสิริพันธ์ นวลอนันต์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ศาสตราจารย์ ดร. เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ทม 1012/ 463 ๖



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๕ ธันวาคม 2544

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์ บริษัท เซฟรอน ออฟชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสิริพันธ์ นวลอนันต์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่และขอให้พนักงานระดับผู้จัดการ หัวหน้าแผนก หัวหน้าส่วน บริหาร และธุรการ ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการช่วยเหลือทางการแพทย์ฉุกเฉิน บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอสไอเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนมกราคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสิริพันธ์ นวลอนันต์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร.เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์)

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 664-1000 ต่อ 5726, 5644

โทรสาร. 258-4119

.....
.....
.....

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ	อาจารย์ประจำภาควิชาวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสิริพันธ์ นวลอนันต์
วันเดือนปีเกิด	29 มกราคม 2508
สถานที่เกิด	จ. เชียงใหม่
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	188 ถ. รามคำแหง ซอย 4 (ซอยสมานมิตร) แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ภาคพื้นอินโดจีน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เอสโอเอส จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2527	โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย จ. เชียงใหม่
พ.ศ. 2530	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2545	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ