

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ
ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
นางเพท่าย ศรีกาฬสินธุ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2546

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ
ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
นางเพท่าย ศรีกาฬสินธุ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2546

เพทาย ศรีภาพสินธุ์. (2545). ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรณ สิริแพทย์ พิสุทธิ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 3 ด้านคือ ด้านสถานที่ ด้านความพึงพอใจที่มีต่อความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระ ที่มาใช้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มาใช้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience) กระจายครบทั้ง 5 สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร สาขาละ 80 คน รวม 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีการของ เชฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้านทั้ง 3 ด้าน

2. นักธุรกิจอิสระที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. นักธุรกิจอิสระที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้บริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสถานที่ และด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. นักธุรกิจอิสระที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. นักธุรกิจอิสระที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7. นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณา

เป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้บริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านสถานที่ และด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

8. นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

9. นักธุรกิจอิสระที่ระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสถานที่ ด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

SATISFACTION OF INDEPENDENT BUSINESS OWNER WITH THE SERVICE
OF AMWAY PICK AND PAY IN BANGKOK

AN ABSTRACT
BY
MRS. PHAYTAY SRIKALSIN

Presented in partial fulfill of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
March 2003

Phaytay Srikalsin (2003). *Satisfaction of Independent Business Owner with The Service of Amway Pick and Pay in Bangkok*. Master Project, M.B.A. (Management) Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Assoc. Prof. Dr. Subhapharn Siribaedbisuddhi

The purpose of this study was to study the satisfaction of independent business owner toward the services of Amway Pic and Pay Shop in the BKK area. Location, product purchasing satisfaction, and the satisfaction of services received from the staff were 3 factors to examine in this study. The other purpose was to examine the satisfaction of independent business owner compared among sex, age, education, marital status, occupations other than main job, average salary, the monthly visits and business time of the independent business owner to the Amway Pic and Pay Shop in the BKK area.

The sample of this study was 400 independent business owners of the Amway Pic and Pay Shop in the BKK area. 80 owners were picked from each of the five branches based on convenience method. The statistic was computed and interpreted by SPSS program based on these following variables ; Percentage, Average, Standard Deviation, and One-Way Analysis of Variance in case of a minor differences by multiple comparison test with the Scheffe method.

The research results are :

- 1) Independent business owner have a high-level of satisfaction for all factors in the services received from Amway Pic and Pay in the BKK area.
- 2) There were no significant in different level of satisfaction of independent business owner in different sex over all and individual factor for the services received from Amway Pic and Pay in the BKK area.
- 3) There were no significant in different level of satisfaction of independent business owner in different age for the services received from Amway Pic and Pay Shop in the BKK area. Especially individual factor pertain, the services from the staff had a level of significance of .05. The others had no statistical significant on difference of level of satisfaction.
- 4) There were no significant in different level of satisfaction of independent business owner in different education for the services received from Amway Pic and Pay Shop in the BKK area. Especially individual factor pertain, there was a great difference and with a level of significance at .01 for location factor. There was also a different level of satisfaction and no statistical significant for the Services provided by the staff and the convenience for purchasing factor.
- 5) There were no statistical significant of satisfaction of independent business owner in different marital status for the services received from Amway Pic and Pay Shop in the BKK area. Especially individual factor pertain, there was a great different and with a minor different at the level

of significance of .05 for location factor. There was also a different level of satisfaction and no statistical significant for the Services provided by the staff and the convenience for purchasing factor.

6) There were no statistical significant in different level of satisfaction of independent business owner in different occupation other than main job over all and individual factor for the services received from Amway Pic and Pay in the BKK area.

7) There were no statistical significant in different level of satisfaction of independent business owner in different age for the services received from Amway Pic and Pay Shop in the BKK area. Especially individual factor pertain, the services from the staff had a level of significance of .01. The other had no statistical significant on difference of level of satisfaction.

8) There were no statistical significant in different level of satisfaction of independent business owner in different times of monthly visit over all and individual factor for the services received from Amway Pic and Pay in the BKK area.

9) There were a statistical significant in different level of satisfaction of independent business owner in freelance business time over all at the level of .05. There were no statistical significant in different level of satisfaction of independent business owner in independent business time in individual factor.

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ
ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
นางเพท่าย ศรีกาฬสินธุ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรพรณ สิริแพทยพิสุทธิ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรพรณ สิริแพทยพิสุทธิ)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิมไทย)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่ม
(อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)
วันที่.....เดือนมีนาคม 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจาก ความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาเป็นอย่างมากในการให้คำปรึกษา เสนอแนะตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมทั้งคณะกรรมการสอบได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย และอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ พร้อมกับผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือได้แก่ อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และอาจารย์ลำสัน เลิศกุลประหยัด ที่ได้ให้คำแนะนำในการวิจัย จึงขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. ทรงศักดิ์ ศรีภาพสินธุ์ และรองศาสตราจารย์ กาญจนา ศรีภาพสินธุ์ รวมทั้งรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยเหลือสนับสนุน และผลักดัน ให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จ และมีวันนี้

คุณค่าและประโยชน์จากสารนิพนธ์ทั้งหมด ผู้วิจัยขอมอบแก่ บิดา มารดา ครู อาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ พร้อมทั้งเจ้าของบทความ และนักวิจัยที่นำมากล่าวอ้าง นอกจากนั้นผู้วิจัยขอขอบคุณนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ทุกท่านที่ได้กรุณาช่วยตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สุดของงานวิจัย ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณทะนุพงศ์ ศรีภาพสินธุ์ ที่เป็นแรงบันดาลใจให้เกิดความสำเร็จ และเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา

เพทาย ศรีภาพสินธุ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมติฐานในการวิจัย	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ประวัติของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด	8
ความหมายของความพึงพอใจ	13
ความหมายของการบริการ	13
ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ	14
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	16
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ	24
3 วิธีดำเนินการวิจัย	27
ประชากร	27
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	27
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	28
การหาคุณภาพของเครื่องมือ	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	29
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	31
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ..	35
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล..	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	60
ความมุ่งหมายของการวิจัย	60
สมมติฐานของการวิจัย	60
วิธีดำเนินการวิจัย	61
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	63
อภิปรายผล	66
ข้อเสนอแนะ	73
 บรรณานุกรม.....	 75
 ภาคผนวก	 80
ภาคผนวก ก	81
ภาคผนวก ข	86
ภาคผนวก ค	89
ประวัติย่อผู้วิจัย	91

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	จำนวน และร้อยละของนักธุรกิจอิสระ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้ง ของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ.....	36
2	ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของ นักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 3 ด้าน.....	39
3	ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของ นักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่.....	39
4	ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของ นักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า.....	41
5	ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของ นักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน.....	42
6	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เพศต่างกัน.....	43
7	ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของ นักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ.....	44
8	การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อ การให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ.....	45
9	การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อ การให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน เป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ.....	46
10	ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของ นักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	47
11	การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อ การให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	48
12	การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อ การให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	49

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

13	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สถานภาพสมรสต่างกัน.....	49
14	ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของ นักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพอื่นที่ทำควบคู่.....	50
15	การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพอื่นที่ทำควบคู่.....	51
16	ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	52
17	การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	53
18	การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการ ของพนักงาน เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	54
19	ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน.....	55
20	การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน.....	56
21	ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ.....	57
22	การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ.....	58
23	การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวม เป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ.....	59

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันวงการธุรกิจ และการค้า ต่างก็มีกลยุทธ์และวิธีการจัดการที่ต้องแข่งขันกันอย่างดุเดือด ทั้งทางด้านธุรกิจการค้าส่ง การค้าปลีก การขายตรง และอื่นๆอีกมากมาย ทำให้ต้องหาวิธีและแนวทางในการต่อสู้ และแข่งขันกันเพื่อให้ธุรกิจนั้นอยู่รอด สำหรับธุรกิจการขายตรงในประเทศไทยเรานั้นก็เช่นกัน เนื่องจากธุรกิจการขายตรงเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยบุคลากรและตัวแทนขายเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีการแข่งขันสูง ทำให้ต้องมีการปรับปรุงกระบวนการและกลยุทธ์ต่างๆอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งต่างๆที่มีอยู่มากมายในท้องตลาดได้

ธุรกิจขายตรงในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่มีเกิดขึ้นมาเป็นเวลาหลายสิบปีแล้วมีทั้งที่ยังคงอยู่เจริญก้าวหน้าและที่ไม่ประสบความสำเร็จล้มหายไปมากมาย โดยปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจขายตรงประสบความสำเร็จเจริญก้าวหน้าได้นั้น ได้แก่บุคลากร และตัวแทนขาย ดังที่หลักการจัดการได้ระบุไว้ว่า สิ่งที่สำคัญในการบริหารที่จะให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องมี 4 M ดังนี้คือ

1. คน (Man)
2. เงิน (Money)
3. วัตถุดิบ (Material)
4. การบริหารจัดการ (Management)

ใน 4 M ที่กล่าวข้างต้นนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดที่องค์กรควรคำนึงถึงได้แก่ คน (Man) เนื่องจากคนในองค์กรเป็นสิ่งที่ควบคุมยากมากที่สุด เนื่องจากแต่ละคนมีความคิด มีความรู้สึกที่แตกต่างกัน ถ้าคนในองค์กรมีความรู้สึกที่ดีกับองค์กร เขาก็จะทำงานและทุ่มเทเต็มที่ แต่ในทางกลับกันถ้าเขาไม่มีความรู้สึกที่ดี มีอคติกับองค์กร เขาก็จะไม่พยายามที่จะทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ดังนั้นสิ่งที่ผู้บริหารควรที่จะคำนึงถึง และควรที่จะกระทำมากที่สุดนั้น ได้แก่การสร้าง ความพึงพอใจในงานที่กระทำให้กับพนักงานของตน โดยความพึงพอใจในงานเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้งานบรรลุผลสำเร็จ และยังช่วยให้พนักงานรู้สึกว่าชีวิตของตนเป็นชีวิตที่มีคุณภาพ การทำงานเป็นประจักษ์โครงสร้างที่หล่อหลอมชีวิตให้มีคุณค่าเสมอ ความพึงพอใจจึงช่วยเสริมความรู้สึกมีคุณค่านี้ให้แก่คนที่ทำงานได้ นอกจากนี้การทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงาน ยังอาจช่วยลดโอกาสการเป็นปฏิปักษ์ต่องานของพนักงานด้วย การเป็นปฏิปักษ์ต่องานจะส่งผลเสียต่อองค์กร เพราะพนักงานจะแสดงออกซึ่งความเป็นปฏิปักษ์ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ขาดงาน ลาออกจากงาน ก้าวร้าว เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ความสามารถในการทำงานของพนักงานลดลงและสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่พนักงาน การสร้างความพึงพอใจในงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะนอกจากจะช่วยทำให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตั้งใจและรู้สึกว่าชีวิตงานของตนมีคุณภาพแล้ว ยังช่วยลดแนวโน้มปรากฏการณ์อันเกิดจากการเป็นปฏิปักษ์ต่องานของพนักงานด้วย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530 : 532) การให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจในงาน จะเป็นแนวทางที่ทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารขององค์กรทราบถึงทัศนคติหรือความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เพื่อที่จะได้ปรับปรุงองค์กรให้มีความสอดคล้องกับทัศนคติหรือความรู้สึกของพนักงานให้มากที่สุด ซึ่ง อาร์ เพชรมุต (2529 :

108) กล่าวว่าเป็นที่เชื่อได้ว่าพนักงานที่มีความพึงพอใจในงานจะทำงานได้ดีกว่าพนักงานที่ไม่พึงพอใจ พนักงานที่มีความพึงพอใจในงานจะยอมรับการจูงใจให้ทำงานได้มากกว่า และพนักงานที่มีความพึงพอใจในงานจะขาดงานน้อยและลาออกจากงานน้อย

แอมเวย์เป็นหนึ่งในบริษัทขายตรงที่ใหญ่ที่สุดในโลก ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2502 ณ เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา โดย เจย์ แวน แอนเดล และริชาร์ด เดอโอส แอมเวย์เปิดสาขาบริหารจัดการอยู่ในประเทศและดินแดนต่างๆ ทั่วโลกมากกว่า 80 แห่ง ผลิตภัณฑ์แอมเวย์และสินค้าบริการต่างๆ จัดจำหน่าย โดยนักธุรกิจอิสระ แอมเวย์ทั่วโลก สำหรับแอมเวย์ (ประเทศไทย) ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 4 พฤษภาคม พ.ศ.2530 โดยประกอบธุรกิจขายตรงสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย โดยเน้นธุรกิจด้านการค้าปลีก แอมเวย์เป็นหนึ่งในสมาชิกสมาคมการค้าขายโดยตรง (ไทย) ตั้งแต่ พ.ศ. 2531 บริษัทมีเจตนารมณ์และมุ่งมั่น ในอันที่จะจรรโลงธุรกิจขายตรงที่มีคุณธรรม โดยได้ร่วมสนับสนุนอย่างจริงจังในการปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลก ซึ่งบัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การค้าขายโดยตรงแห่งโลก ร่วมกับสมาคมการค้าขายโดยตรง ในแต่ละประเทศทั่วโลก โดยแอมเวย์เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคต่างๆ มากกว่า100 ชนิด หรือกว่า 500 รายการ ผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์ทุกชนิดได้รับการคัดค้านขึ้นเป็นพิเศษ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และมีการรับประกันความพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด มีคลังสินค้าแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในภูมิภาคต่างๆทั่วประเทศ รวมทั้งสิ้น 25 แห่ง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดที่จะทำการศึกษาวิจัยในเรื่อง “ ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ” เพื่อให้ทราบว่านักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ มากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและยกระดับการให้บริการให้ได้มาตรฐาน เป็นที่พึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มาใช้บริการ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครใน 3 ด้านคือ
 - 1.1 ด้านสถานที่
 - 1.2 ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า
 - 1.3 ด้านการให้บริการของพนักงาน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระ

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผน ในการขยายสาขาในปีต่อไปในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขขั้นตอนในการให้บริการ การจัดสถานที่ การจัดวางสินค้า ให้เป็นที่พึงพอใจแก่นักธุรกิจอิสระที่มาใช้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 3 ด้านคือ

- 1.1 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่
- 1.2 ความพึงพอใจที่มีต่อความสะดวกในการซื้อสินค้า
- 1.3 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มาใช้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มาใช้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยในครั้งนี้ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้เท่ากับ 400 คน ซึ่งได้มาจากตารางสำเร็จรูปสำหรับกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ Infinity โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 (ศิริชัย กาญจนวาสี และ คณะ 2544 : 132)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกได้ดังนี้

3.1.1 เพศ

3.1.1.1 ชาย

3.1.1.2 หญิง

3.1.2 อายุ

3.1.2.1 18-29 ปี

3.1.2.2 30-41 ปี

3.1.2.3 42-53 ปี

3.1.2.4 54 ปีขึ้นไป

3.1.3 ระดับการศึกษา

3.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

3.1.3.2 ปริญญาตรี

3.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

3.1.4 สภาพสมรส

3.1.4.1 โสด

3.1.4.2 สมรส

3.1.4.3 หม้าย / หย่าร้าง

3.1.5 อาชีพอื่นที่ทำควบคู่

3.1.5.1 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3.1.5.2 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

3.1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

3.1.5.4 นักศึกษา

3.1.5.5 ไม่ได้ทำอาชีพอื่นควบคู่ เป็นนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างเดียว

3.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

3.1.6.2 10,001 – 25,000 บาท

3.1.6.3 25,001 – 40,000 บาท

3.1.6.4 40,001 บาทขึ้นไป

3.1.7 จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน

3.1.7.1 น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน

3.1.7.2 1 ครั้ง / เดือน

3.1.7.3 2-3 ครั้ง / เดือน

3.1.7.4 4-5 ครั้ง / เดือน

3.1.7.5 มากกว่า 5 ครั้ง / เดือน

3.1.8 ระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระ

3.1.8.1 1 – 5 ปี

3.1.8.2 6 – 10 ปี

3.1.8.3 11 – 15 ปี

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 3 ด้านคือ

3.2.1 ด้านสถานที่

3.2.2 ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า

3.2.3 ด้านการให้บริการของพนักงาน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ หมายถึง ความรู้สึกของนักธุรกิจอิสระที่เกิดจากการเข้าไปซื้อสินค้าในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ โดยเป็นความรู้สึกที่ดี พอใจ ประทับใจ และเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ

2. ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในด้านสถานที่ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี พอใจ ประทับใจ และเป็นไปตามความคาดหวังของนักธุรกิจอิสระ ที่เกิดจากการสภาพภายนอกของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ทั้งทางทำเลที่ตั้ง ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความกว้างขวางของสถานที่ และอื่นๆ

3. ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า หมายถึง ความรู้สึกที่ดี พอใจ ประทับใจ และเป็นไปตามความคาดหวังของนักธุรกิจอิสระ ที่เกิดจากการสภาพภายในของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ทั้งความสะดวกสบาย การจัดตกแต่งสถานที่ ความกว้างขวางภายในร้าน และอื่นๆ

4. ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในด้านการให้บริการของพนักงาน ความรู้สึกที่ดี พอใจ ประทับใจ และเป็นไปตามความคาดหวังของนักธุรกิจอิสระ ที่เกิดจากการให้บริการของพนักงานภายในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์

5. บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย โดยเน้นธุรกิจด้านการค้าปลีก โดยมีนักธุรกิจอิสระเป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคดังกล่าว

6. ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ หมายถึง ร้านที่ทำการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และสินค้าของบริษัทอื่นๆที่เข้าร่วมทำการจัดจำหน่ายกับบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดซึ่งจะทำการจำหน่ายให้เฉพาะสมาชิก และนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดเท่านั้น โดยสินค้าที่นักธุรกิจอิสระได้ทำการจัดซื้อจากร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ นี้สมาชิก และนักธุรกิจอิสระจะนำสินค้าดังกล่าวไปทำการเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรงอีกทอดหนึ่งต่อไป

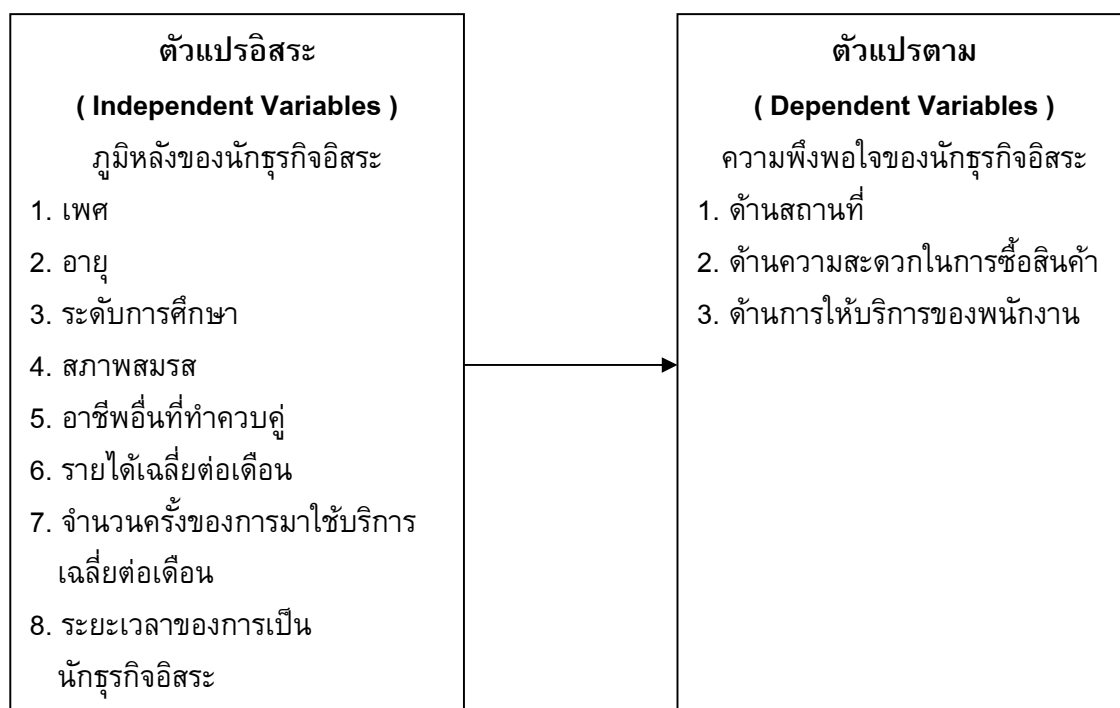
7. การให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ หมายถึง การให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก และนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำ

นั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถสนองตอบความต้องการ ของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่ บุคคลนั้นคาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับ

8. นักธุรกิจอิสระ หมายถึง บุคคลซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งนำ สินค้าไปเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค หรือของผู้อื่น หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ใน เขตกรุงเทพมหานคร



สมมติฐานในการวิจัย

1. นักธุรกิจอิสระที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. นักธุรกิจอิสระที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

3. นักธุรกิจอิสระที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. นักธุรกิจอิสระที่มีสภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพอื่นที่ทำควบคู่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
7. นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
8. นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. ความหมายของความพึงพอใจ และการบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

1.1. ธุรกิจขายตรง

ธุรกิจขายตรงจะเป็นการทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค หรือของผู้อื่น หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นๆ ทั้งนี้โดยผู้ขายจะใช้ความสัมพันธ์แบบบุคคลต่อบุคคล ในการอธิบายหรือสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการขาย ซึ่งบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ก็จะเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย โดยเน้นธุรกิจด้านการค้าปลีก โดยมีนักธุรกิจอิสระเป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคดังกล่าว

1.2. ประวัติของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ชายหนุ่มสองคนจากเมืองเอด้า รัฐมิชิแกน ก่อตั้งธุรกิจแอมเวย์ขึ้นด้วยผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว และเสนอโอกาสการเป็นเจ้าของธุรกิจให้แก่ผู้คนนับล้านทั่วโลก

ริช เดอโวล และเจย์ แวน แอนเดล มุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจของตนเองด้วยวิธีการ ที่สามารถสร้างโอกาสให้บุคคลรอบข้างเป็นเจ้าของธุรกิจอิสระของแต่ละคนได้ในเวลาพร้อมกัน ริช และเจย์ร่วมกันพัฒนาธุรกิจขายตรงจากวิธีการแบบเดิม ๆ มาเป็นระบบการขายตรงแบบแอมเวย์ ที่ผู้คนต่างให้การยอมรับมานานกว่า 40 ปี และดัดแปลงแก้ไขปัญหา อุปสรรคของธุรกิจจากประสบการณ์โดยตรงของพวกเขา จนได้ลักษณะของธุรกิจขายตรงที่ทรงประสิทธิภาพที่สุด

เมื่อ พ.ศ. 2502 ริช และเจย์ก่อตั้งธุรกิจแอมเวย์ขึ้น ภายในห้องใต้ดินที่บ้านของเขาทั้งสองที่เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเนกประสงค์ แอล.โอ.ซี. (L.O.C) ซึ่งมีสูตรย่อยสลายทางชีวภาพ ไม่ก่อให้เกิดปัญหาหมอกควันต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดแรกของบริษัท ด้วยความเชื่อมั่นที่จะสร้างให้แอมเวย์ เป็นบริษัทชั้นนำระดับแนวหน้าด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรง ถึงผู้ใช้สินค้าแบบบุคคลต่อบุคคล และด้วยปณิธานและวิสัยทัศน์อันกว้างล้ำสมัย แอมเวย์จึงสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ที่เน้นคุณภาพสูงสุด และให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม โดยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผ่านนักธุรกิจอิสระแอมเวย์เท่านั้น

ภายหลังจากที่เริ่มก่อตั้งธุรกิจ ด้วยผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดภายในบ้าน เพียงชนิดเดียว แอล.โอ.ซี ภายใต้อาคารที่มีเนื้อที่เพียง 223 ตารางเมตร ปัจจุบันแอมเวย์ได้ขยายกิจการอย่างกว้างขวางทั่วโลก สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา มีเนื้อที่ครอบคลุมรวมกันถึง 200,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยอาคารสำนักงาน ศูนย์วิจัยค้นคว้าและพัฒนา โรงงานผลิต และคลังสินค้า การทุ่มเทในด้านการวิจัยค้นคว้า การพัฒนา และขั้นตอนการผลิต เป็นการย้ำถึงพันธะสัญญาของแอมเวย์ในเรื่องคุณภาพ โดยเริ่มจากนักวิทยาศาสตร์ผู้ทำการวิจัยและพัฒนา ไปจนถึงเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพกว่า 450 คน ซึ่งปฏิบัติการในห้องทดลอง 57 ห้อง ในพื้นที่ 155,000 ตารางฟุตของศูนย์วิจัยค้นคว้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ณ สำนักงานใหญ่แอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น ภายใต้อาคารใหญ่ของแอมเวย์ ยังประกอบด้วยสตูดิโอเพื่องานศิลป์ โรงพิมพ์ที่สมบูรณ์แบบ ศูนย์คอมพิวเตอร์ คลังสินค้า การควบคุมคุณภาพ โรงงานรีไซเคิล และโรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ครีม ผง โลชั่น สเปรย์ การผลิตขวดพลาสติก การผลิตบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ แอมเวย์ยังมีฝ่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลน์ ที่เมืองบูเอนา พาร์ค รัฐแคลิฟอร์เนีย ซึ่งทำการพัฒนาและผลิต ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก และเป็นเจ้าของโรงแรมแอมเวย์ แกรนด์ พลาซ่า ในเมืองแกรนด์แรพิดส์ รัฐมิชิแกน แอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น เป็นองค์กรระหว่างประเทศ ที่มีศักยภาพสูง และเจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง แอมเวย์จึงเป็นหนึ่งในบริษัทขายตรงสินค้าอุปโภค บริโภคที่ใหญ่ที่สุด และประสบความสำเร็จสูงสุดแห่งหนึ่งของโลก โดยในปี 2542 แอมเวย์มีนักธุรกิจอิสระกว่า 3 ล้านคนในกว่า 80 ประเทศ และดินแดนต่าง ๆ ทั่วโลก ความสำเร็จเหล่านี้เป็นเครื่องยืนยันถึงการยอมรับในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หลักการพื้นฐานในการบริหารของแอมเวย์ การทุ่มเททำงานหนักอย่างมุ่งมั่น การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในดินแดนต่าง ๆ ด้วยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล อันเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจของแอมเวย์ ด้วยปณิธานที่แน่วแน่ แอมเวย์จึงยืนหยัดที่จะปฏิบัติการกิจด้วยการมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิต ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์โอกาสทางธุรกิจ เพื่อทำให้ความฝันของผู้คนนับล้านทั่วโลก ที่ปรารถนาจะมีธุรกิจเป็นของตนเอง กลายเป็นความจริง และพร้อมที่จะสร้างความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ต่อไปในอนาคต

1.3. บทพิสูจน์ความสำเร็จของแอมเวย์ประเทศไทย

แอมเวย์ประเทศไทยก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ.2530 ภายใต้การสนับสนุนจากสำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ที่สหรัฐอเมริกา ในด้านการให้ความรู้และข้อมูลต่าง ๆ แก่พนักงาน และนักธุรกิจอิสระแอมเวย์ชาวไทย ด้วยความกระตือรือร้น และความขยันขันแข็งของนักธุรกิจอิสระแอมเวย์ทั่วประเทศ และผลิตภัณฑ์อันทรงประสิทธิภาพ จึงทำให้แอมเวย์เจริญก้าวหน้าอย่างน่าภาคภูมิใจ จากวันที่แอมเวย์ได้เริ่มหยั่งรากฐานของธุรกิจในประเทศไทย จนถึงทุกวันนี้ ได้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของบริษัทตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเป็นอย่างดี ทุกหนทุกแห่งที่คุณมองดูในแอมเวย์ประเทศไทย สัญลักษณ์แห่งการเจริญเติบโตของแอมเวย์ ที่คุณคุ้นเคยจะปรากฏอยู่ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นองค์กรของนักธุรกิจอิสระแอมเวย์ที่เติบโตก้าวหน้า และอุปกรณ์อันทันสมัย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นผลมาจากพันธะสัญญาที่จะมอบโอกาสที่ดีที่สุดของ ธุรกิจแอมเวย์ให้เกิดขึ้นทุกหนแห่ง นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการเป็นต้นมา แอมเวย์ประเทศไทยประสบความสำเร็จก้าวหน้าเป็นอย่างยิ่ง และได้กลายเป็นสาขาหนึ่งในโลกของแอมเวย์ที่มีการเจริญเติบโตรวดเร็วที่สุดในฐานะนักธุรกิจอิสระแอมเวย์รายใหม่ คุณเองก็สามารถได้รับการเอื้อเฟื้อแบ่งปันความเจริญก้าวหน้า และความรุ่งโรจน์ในธุรกิจนี้เช่นเดียวกัน

สำนักงานใหญ่แห่งแรกของแอมเวย์ประเทศไทยตั้งอยู่ที่ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ คลองตัน ด้วยเนื้อที่ 700 ตารางเมตร ขณะนั้นมีพนักงานเพียง 10 คน และมีผลิตภัณฑ์แอมเวย์เข้าสู่ตลาดเมืองไทยเพียง 7 ชนิดเท่านั้น แต่ในปี 2543 แอมเวย์มีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายด้วยระบบขายตรงแบบบุคคลต่อบุคคลมากกว่า 100 ชนิด รวมกว่า 500 รายการ พร้อมด้วยพนักงานประมาณ 400 คน ด้วยความเจริญเติบโตขององค์กร ในปี 2535 แอมเวย์จึงได้ทำการเปิดสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ขึ้น ที่ถนนรามคำแหง มีเนื้อที่ถึง 7,800 ตารางเมตร ภายในได้รับการออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ ทั้งในส่วนอาคารสำนักงาน และคลังสินค้า

1.4. การให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์

จากที่ผ่านมา บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) ได้พัฒนาระบบการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ให้กับนักธุรกิจอิสระ โดยสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากคลังสินค้าแอมเวย์ ได้ 5 วิธีดังต่อไปนี้

1. สั่งซื้อสินค้าด้วยตนเองที่คลังสินค้า
2. สั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์
3. สั่งซื้อสินค้าทางโทรสาร / ไปรษณีย์
4. สั่งซื้อสินค้าโดยการนัดหมายนอกเวลาทำการ (เฉพาะคลังสินค้าสำนักงานใหญ่)
5. สั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ผ่านระบบตอบรับอัตโนมัติ (Amway Phone)

ในปัจจุบันบริษัทได้เร่งสนับสนุนการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องขององค์กร และนักธุรกิจอิสระแอมเวย์โดยรวม โดยจัดตั้งร้านสะดวกซื้อ “แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์” ให้แก่นักธุรกิจอิสระทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดรวม 25 แห่ง ทั่วประเทศ เพื่อทำการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และสินค้าของบริษัทอื่นๆที่เข้าร่วมทำการจัดจำหน่ายกับบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดซึ่งจะทำการจำหน่ายให้เฉพาะสมาชิก และนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดเท่านั้น โดยสินค้าที่นักธุรกิจอิสระได้ทำการจัดซื้อจากร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ นี้สมาชิก และนักธุรกิจอิสระจะนำสินค้าดังกล่าวไปทำการเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรงอีกทอดหนึ่งต่อไป ซึ่งร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ สามารถแบ่งตามภูมิภาคต่างๆได้ดังต่อไปนี้

1.4.1 ภาคเหนือ

- 1.4.1.1 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ เชียงราย
- 1.4.1.2 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ เชียงใหม่
- 1.4.1.3 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ แพร่
- 1.4.1.4 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ พิชญโลก
- 1.4.1.5 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ นครสวรรค์
- 1.4.1.6 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ลำปาง

1.4.2 ภาคกลาง / ภาคตะวันออก

- 1.4.2.1 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ระยอง
- 1.4.2.2 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ เพชรบุรี

- 1.4.2.3 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ลพบุรี
- 1.4.2.4 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ จันทบุรี
- 1.4.2.5 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ สุพรรณบุรี

1.4.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- 1.4.3.1 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ขอนแก่น
- 1.4.3.2 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ อุบลราชธานี
- 1.4.3.3 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ โคราช
- 1.4.3.4 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ สุรินทร์
- 1.4.3.5 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ อุตรดิตถ์

1.4.4 ภาคใต้

- 1.4.4.1 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ หาดใหญ่
- 1.4.4.2 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ สุราษฎร์ธานี
- 1.4.4.3 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ภูเก็ต
- 1.4.4.4 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ นครศรีธรรมราช

1.4.5 กรุงเทพมหานคร

- 1.4.5.1 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ สำนักงานใหญ่
- 1.4.5.2 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ธนบุรี
- 1.4.5.3 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ดอนเมือง
- 1.4.5.4 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ คลองเตย
- 1.4.5.5 แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ หนองแขม

การให้บริการต่าง ๆ เหล่านี้เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการบริการแก่นักธุรกิจอิสระแอมเวย์ อันเป็นหลักประกันถึงความเจริญก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง ความสำเร็จของแอมเวย์ในประเทศไทยเป็นเครื่องยืนยันถึงความเชื่อของปรัชญาในการดำเนินธุรกิจนี้ที่ว่า ผู้คนทุกหนแห่งต้องการโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของตนเอง และต้องการปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองให้ดีขึ้น ไม่ว่าเขาเหล่านั้นจะเป็นพนักงาน นักธุรกิจอิสระแอมเวย์ ผู้บริโภคหรือสมาชิกของสังคม โดยแอมเวย์ได้มีส่วนส่งเสริมมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น การฝ่าฝืนประสบการณ์ และการเรียนรู้สิ่งใหม่ การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี และการทำธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ ด้วยแผนธุรกิจที่ยุติธรรมของแอมเวย์ โดยแอมเวย์ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) หรือ Thai Direct Selling Association มาตั้งแต่ปี 2531

1.5 ผลิตภัณฑ์ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ทำการจัดแบ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ด้วยกันคือ

- 1.5.1. My health กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ในกลุ่มนี้จะประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ต่างๆดังนี้
 - 1.5.1.1 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลท์

1.5.1.2 เครื่องกรองน้ำแอมเวย์

1.5.1.3 เครื่องกรองอากาศแอมเวย์

1.5.2. My self กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอาร์ทิสทรีและทะนุถนอมความงาม

1.5.2.1 ผลิตภัณฑ์ถนอมผิวชุดพื้นฐาน

1.5.2.2 ผลิตภัณฑ์ถนอมผิวเพื่อผิวขาวนวลสดใส

1.5.2.3 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวรอบดวงตา

1.5.2.4 ผลิตภัณฑ์ถนอมผิวชุดพิเศษปรับสภาพผิว

1.5.2.5 ผลิตภัณฑ์ชุดไทม์ ดีไฟแอนซ์

1.5.2.6 ผลิตภัณฑ์ถนอมผิวชุดพิเศษถนอมความชุ่มชื้นและปรับสภาพผิว

1.5.2.7 ผลิตภัณฑ์ชุดพิเศษถนอมและปรับสภาพผิวกาย

1.5.2.8 ผลิตภัณฑ์ชุดรองพื้น

1.5.2.9 ผลิตภัณฑ์ชุดแต่งดวงตา

1.5.2.10 ผลิตภัณฑ์ชุดแต่งแก้มและริมฝีปาก

1.5.2.11 ผลิตภัณฑ์ชุดแต่งเล็บ

1.5.2.12 ดับปวกพร้อมแปรงขนาดกะทัดรัดสำหรับบรรจุที่ทาตาหรือที่ทาแก้มแบบฝุ่น

1.5.2.13 ผลิตภัณฑ์สำหรับเรือนร่าง

1.5.2.14 ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเรือนผม

1.5.2.15 ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ บอดี ซีรีส์ เอสเซนเชียล (สำหรับผิวทั่วไป)

1.5.2.16 ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ บอดี ซีรีส์ (สำหรับผิวบอบบาง)

1.5.2.17 ผลิตภัณฑ์รักษานาฬิกาในช่องปาก

1.5.2.18 ผลิตภัณฑ์ถนอมผิวชุดพิเศษ ถนอมความชุ่มชื้นและปรับสภาพผิว

1.5.2.19 ผลิตภัณฑ์ลดร่องรอยที่เกิดจากสิว

1.5.2.20 ผลิตภัณฑ์ดูดซับความมัน

1.5.2.21 ผลิตภัณฑ์ถนอมผิวเพื่อผิวขาวนวลสดใส

1.5.2.22 ผลิตภัณฑ์ปกป้องและดูแลสุขอนามัยในช่องปาก

1.5.3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน

1.5.3.1 ผลิตภัณฑ์ซักผ้า

1.5.3.2 ผลิตภัณฑ์ถนอมรักษารถยนต์

1.5.3.3 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด

1.5.3.4 ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร

1.5.3.5 ผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องครัว

2. ความหมายของความพึงพอใจ และการบริการ

2.1

ความหมายของความพึงพอใจ

วอลแมน (Wolman. 1973 : 384) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพอใจ คือความรู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

แอปเปิลไวท์ (Applewhite. 1965 : 6-7) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจงานว่าหมายถึง ความสุข ความสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพในที่ทำงาน ความสุขที่ได้รับจากการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน การมีทัศนคติที่ดีต่องาน และความพอใจเกี่ยวกับรายได้

เดวิส (Davis. 1974 : 83) ได้นำความหมายของความพึงพอใจงานของ Bullock มากล่าวไว้ว่าหมายถึง ทัศนคติซึ่งเป็นผลของดุลยภาพรบบของความรู้สึกพอใจ และไม่พอใจที่ผ่านมาของผู้ปฏิบัติงานต่องานที่ทำ ทัศนคตินี้จะแสดงให้เห็นได้ว่า เขามีความพอใจหรือไม่ โดยการประเมินดูที่งานและผู้ที่ปฏิบัติงาน ซึ่งผลนี้ย่อมขึ้นอยู่กับความสำเร็จ หรือความล้มเหลวในการทำงานตามที่มุ่งหวังไว้ และยังขึ้นอยู่กับความร่วมมือช่วยเหลือกันในการทำงานให้บรรลุผลทั้งงานและผู้ปฏิบัติงาน

2.2 ความหมายของการบริการ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การบริการ” ไว้ว่า หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ เป็นต้น

เนื่องจากการบริการได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในวงการธุรกิจจนเรียกได้ว่า เป็นกลยุทธ์สร้างความเป็นเลิศทางธุรกิจ นักวิชาการด้านการตลาดหลายท่าน ได้แสดงความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันเกี่ยวกับความหมายของการบริการในแงุ่มที่เน้นลักษณะของ “การบริการเชิงพาณิชย์” หรือการบริการที่มุ่งหวังผลกำไรในธุรกิจบริการ ดังนี้

คอตเลอร์ (Kotler. 1988 : 477) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่ง สามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าว อาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

เลทเทิน (Lehtinen. 1983 : 21) ได้อธิบายว่า การบริการ คือ กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคล หรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

กรอนรูส์ (Gronroos. 1990 : 27) ได้ขยายความคำจำกัดความที่กล่าวมาข้างต้นไว้ว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากนักน้อย จับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า กับพนักงานบริการ และ/หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า และ/หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลาปัญหาของลูกค้า

ปลายฝน สุขารมย์ (2534 : 21) การบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ในความหมายที่ว่า เป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2537 : 142) กล่าวในความหมายที่คล้ายคลึงว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 42-43) ได้ระบุถึงคำจำกัดความของการบริการไว้ว่า การบริการเป็น กระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวก หรือความสบาย ซึ่ง ความหมายได้มาจากการรวบรวมความคิดเห็นของบุคคลที่ปฏิบัติงานบริการต่างๆ

ศุภนิตย์ โชครัตนชัย (2536 : 13) การบริการ เป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความ ปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมแล ความเสมอภาค ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ ถ้าเป็นการบริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการไปแล้ว ผู้รับบริการจะ เกิดความประทับใจเกิดความชื่นใจ หรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าวได้

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ของบุคคลหรือ องค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการ บริการที่ดี จะเป็นการกระทำที่สามารถสนองตอบความต้องการ ของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้น คาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน ใน ความหมายนี้จะครอบคลุมการบริการทุกด้านไม่ว่าจะเป็นการบริการทั่วไปหรือการบริการเชิงพาณิชย์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2544 : 6 - 8).

2.3 ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2544 : 19 - 20) ในการดำเนินธุรกิจนั้น การให้ความสำคัญกับลูกค้า หรือผู้รับบริการ และการค้นหาความต้องการเพื่อสนองการบริการที่ถูกใจลูกค้า นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการ บริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการก็คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าชอบใจและติด ใจกลับมาใช้บริการอีกต่อ ๆ ไป กิจกรรมบริการก็จะประสบความสำเร็จ และมีความมั่นคงในการดำเนินงานอย่าง รวดเร็ว การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ จะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้าง และ รักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้อง กับการบริการ ทั้งในฐานะของผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผู้ที่มี บทบาทสำคัญในกระบวนการบริหาร ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมาย ดังนี้

2.3.1. ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการ

แอนเดอร์สัน (Anderson. 1994 : 245) ให้นิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น 2 นัย ดังนี้

2.3.1.1 ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

3.2.1.2 ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

โอลิเวอร์ (Oliver. 1980 : 460 – 469) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์ การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการ ที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

2.3.2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

ล็อก (Locke. 1976 : 1300) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ภาวะการแสดงออกทางอารมณ์ในทางบวก อันเป็นผลมาจากคุณค่าที่ได้รับจากงาน และประสบการณ์ในการทำงานของบุคคลหนึ่ง

พอร์ตเตอร์ และคณะ (Porter. 1975 : 53 – 54) ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่องาน และประเมินได้จากความแตกต่างระหว่างปริมาณของคุณค่าผลตอบแทนที่ได้รับ กับผลตอบแทนที่บุคคลคาดหวังไว้ว่าจะได้รับ

แครนนี่ และคณะ (Cranny. 1992 : 1) ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ปฏิกริยาตอบสนองทางอารมณ์และความรู้สึกต่องานอันเป็นผลมาจากการประเมิน เปรียบเทียบส่วนต่างของผลตอบแทนที่ได้รับจริง กับผลตอบแทนที่ปรารถนาหรือคาดว่าจะได้รับ

อาจกล่าวได้ว่า “ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก ที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ และผลตอบแทน (ได้แก่ ลักษณะงาน อัตราค่าจ้าง โอกาสก้าวหน้า และผลประโยชน์) ที่ได้รับจากงานในระดับที่เป็นไปตามความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ และผลตอบแทนที่ได้รับจากงานในระดับที่ต่ำกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ว่าจะได้รับ

3. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

3.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ปาหนัน บุญหลง (2522 : 19) และเฉลิมเกียรติ ผิวนวล (2522: 126) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้มนุษย์มีความสุข เมื่อบุคคลไม่มีความต้องการไม่ประสบผลสำเร็จ ดังนั้นการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองน้อย จะมีผลทำให้เกิดความพึงพอใจต่อ ยังผลให้เกิดความเครียดสูง

สถาบันการบริการด้านคุณภาพ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2544 : 55-56 ; อ้างอิงจาก The Service Quality Institute.) ได้บัญญัติกฎของการให้บริการผู้รับบริการ 3 ประการ โดยเน้นว่า การที่พนักงานผู้ให้บริการ ไม่รู้ไม่เข้าใจกฎเหล่านี้เหมือนแรงโน้มถ่วงของโลกที่เกิดผลกระทบต่อนุชนทุกขณะ การทำความเข้าใจจะทำให้องค์กร ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และพนักงานได้รับผลดีมากกว่าผลเสีย ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กฎทั้ง 3 ข้อนี้ได้แก่

1. กฎของความประทับใจครั้งแรก (Law of first impression) การที่คนเรารับรู้เราเช่นไร เป็นตัวกำหนดลักษณะที่เขาปฏิบัติแสดงออกกับเรา หากเราแสดงความเป็นมิตรกับผู้รับบริการ ปกป้องตัวเองมากเกินไป ผลของการแสดงพฤติกรรมเช่นนี้ ซึ่งเกิดในระยะเวลาเพียง 20-30 วินาที จะทำให้ยอดขายลดลง และสูญเสียลูกค้าไปได้

2. กฎของการเก็บเกี่ยว (Law of harvest) การให้บริการเหมือนกับการปลูกพืชผล หากเราปลูกต้นข้าวโพด เราก็คงได้รับผลคือข้าวโพด หากเราปลูกต้นถั่ว เราก็คงได้รับผลคือถั่ว ที่อาจทำให้เราสามารถนำไปเพาะเป็นต้นถั่ว ต้นข้าวโพดได้อีกมากมาย เจกเช่นเดียวกัน หากเราให้บริการด้วยความเป็นมิตร ด้วยความสุภาพ และให้บริการได้ทันใจ เราก็คงได้รับความไว้วางใจ ความเชื่อถือ การยอมรับ ได้ลูกค้าที่มีความจงรักภักดี องค์กรมีความเจริญรุ่งเรือง ซึ่งถือเป็นผลที่เราเก็บเกี่ยวได้ตลอดไป

3. กฎของเทอร์โมไดนามิกส์ (Law of thermodynamics) ต้องมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการอยู่เสมอ ไม่ควรปล่อยละเลย หรือไม่ใส่ใจโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคของธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันอย่างสูง การมีแนวทางพัฒนาคุณภาพบริการให้ดีขึ้นอยู่เสมอ ๆ ทำให้รักษาความประทับใจ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ในระยะเวลายาวนาน สรรพทัศนคติ พฤติกรรมของผู้ให้บริการ เช่น การยิ้ม น้ำเสียงสดใสเป็นมิตร ความรู้เกี่ยวกับงานในหน้าที่ ความพร้อมอยู่เสมอที่จะให้บริการ อาจจะมีการโทรศัพท์ไปสอบถามลูกค้า ถึงผลการให้บริการ ข้อปัญหาอันอาจมีทำสถิติ สรุปรายงานข้อร้องเรียนไปยังผู้บริหาร ทำการสัมภาษณ์ก่อนออกจากงานของพนักงานเป็นต้น

กรอนรูส์ (Gronroos. 1992 : 13) ได้เสนอว่าการบริการควรปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนจากภาพเดิมไปสู่สภาพใหม่กล่าวคือ จากการที่เน้นการตรวจสอบผลการดำเนินงานในการผลิตภายในองค์กรไปพิจารณาผลของการผลิต และการให้บริการ โดยพิจารณาว่าได้ก่อประโยชน์ใดบ้างแก่ผู้รับบริการจากการมุ่งสร้างความสัมพันธ์ของการให้บริการในระยะสั้น ของการติดต่อสู่ความสัมพันธ์เชิงธุรกิจในระยะยาว จากการเน้นโครงสร้างขององค์กรเพื่อการผลิตสิ่งที่มีเทคนิคพิเศษ ให้หันมาผลิตเพื่อคุณภาพอย่างทั่วถึง มุ่งกระบวนการให้บริการโดยเอาคุณภาพเพื่อความต้องการของผู้รับบริการเป็นตัวตั้ง

มิลเลท (Millet. 1954 : 397-400) กล่าวว่าองค์ประกอบในการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน ประกอบด้วย

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) คือความยุติธรรมในการบริการ ที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนมีความเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชน ประชาชนได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน
2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) ในการให้บริการสาธารณะ
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะจะต้องมีลักษณะ หรือจำนวนในการให้บริการอย่างเหมาะสม และเพียงพอต่อความต้องการของผู้มารับบริการ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะจะต้องเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดถือประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลักไม่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะจะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงานให้เจริญก้าวหน้า หรือสมารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

เพนเซนสกาย และ โทมัส (Penchansky and Tomas. 1981 : 127-140) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้ผู้รับบริการไว้ดังนี้

1. ความเพียงพอของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่ กับความต้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการ (Accessibility) คือความสามารถที่จะไปใช้แหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะของที่ตั้งและการเดินทาง
3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation)
4. ความสามารถของผู้รับบริการที่จะเสียค่าใช้จ่ายในการขอรับบริการ (Affordability)
5. การยอมรับคุณภาพของบริการ (Acceptability) ซึ่งในที่นี้หมายถึงการยอมรับในตัวของผู้ให้บริการด้วย

นอกจากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ อีกมากมาย ที่สามารถใช้เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้า ในที่นี้จะกล่าวถึงเครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix หรือ 4Ps) ซึ่งหมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ , 2541 : 35)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด

สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขาย กับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่ง หรือหลายเครื่องมือ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการ จากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย

3.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.2.1. ทฤษฎีความต้องการ : ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์

เป็นทฤษฎีการจูงใจที่มีการกล่าวขวัญกันอย่างแพร่หลาย คือทฤษฎีการจูงใจของนักจิตวิทยาชื่อ Abraham Maslow มาสโลว์มองความต้องการของมนุษย์เป็นลักษณะลำดับขั้น จากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด และสรุปว่า เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนอง จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ลำดับขั้นความต้องการ (The needs hierarchy) ความต้องการของมนุษย์พื้นฐาน ซึ่งกำหนดโดยมาสโลว์มีดังต่อไปนี้

3.2.1.1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ ความอบอุ่น ที่อยู่อาศัย และการนอน การพักผ่อน มาสโลว์ได้กำหนดตำแหน่ง ซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองไปยังระดับที่มีความจำเป็นเพื่อให้ชีวิตอยู่รอด และความต้องการอื่นจะกระตุ้นบุคคลต่อไป

3.2.1.2. ความต้องการความมั่นคง หรือความปลอดภัย (Security, or safety, needs) ความต้องการเหล่านี้ เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางกาย และความกลัวต่อการสูญเสียงาน ทรัพย์สิน อาหาร หรือที่อยู่อาศัย

3.2.1.3. ความต้องการการยอมรับ หรือความผูกพัน (Affiliation, or acceptance, needs) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคมจะต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น

3.2.1.4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ตามทฤษฎีมาสโลว์ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการการยอมรับแล้ว จะต้องการการยกย่องจากตัวเอง และจากบุคคลอื่น ความต้องการนี้เป็น

การพึงพอใจในอำนาจ (Power) ความภาคภูมิใจ (Prestige) สถานะ (Status) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence)

3.2.1.5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for self-actualization) มาสโลว์คำนึงว่าความต้องการในระดับสูงสุด เป็นความปรารถนาที่จะสามารถให้ประสบความสำเร็จ เพื่อที่จะมีศักยภาพ และบรรลุความสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงสุด

3.2.2. ทฤษฎีเสริมแรง

ทฤษฎีเสริมแรง (Reinforcement theories) หรือการปรับปรุงพฤติกรรม (Behavior modification) เป็นทฤษฎีที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถือเกณฑ์ความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมหนึ่งกับผลของพฤติกรรมนั้น หรือหมายถึงกระบวนการพฤติกรรมของคน ซึ่งการเรียนรู้เกิดจากประสบการณ์ในอดีต นักจิตวิทยา B.F. Skinner จากมหาวิทยาลัย Harvard ได้พัฒนาทฤษฎีนี้ และได้นำมาใช้เป็นเทคนิคในการจูงใจ ทฤษฎีนี้เรียกว่า ทฤษฎีการเสริมแรงด้านบวก (Positive reinforcement) หรือการปรับปรุงพฤติกรรม (Behavior modification) ซึ่งคิดว่าแต่ละบุคคลจะได้รับการจูงใจ โดยการออกแบบที่เหมาะสมของสิ่งแวดล้อมในการทำงาน และผลการทำงาน จากการกระทำที่ไม่เหมาะสม จะทำให้เกิดผลกระทบด้านลบ (Negative reinforcement)

กฎแห่งผลลัพธ์ (Law of effect) ได้กล่าวว่า การเกิดพฤติกรรมซ้ำเป็นผลจากความพอใจ แต่ถ้าผลของพฤติกรรมไม่พอใจ เขาก็จะเลิกพฤติกรรมนั้น หรือมีพฤติกรรมที่แตกต่างไป

Skinner และผู้ร่วมงานได้ศึกษาถึงการทำงานที่ดี ที่ควรยกย่อง วิเคราะห์สถานการณ์การทำงาน เพื่อพิจารณาเหตุซึ่งแรงงานมีการปฏิบัติ และกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงเพื่อแก้ไขปัญหา และอุปสรรคในการทำงาน เป้าหมายการมีส่วนร่วมของแรงงาน และการช่วยเหลือ การบ่อนกลบอย่างรวดเร็วจาก ผลลัพธ์จะเกิดขึ้น ตลอดจนการปรับปรุงการทำงานเป็นรางวัลจากการยอมรับ และการยกย่อง โดยวิธีการยกย่องบุคคลที่เขาทำดี

รูปแบบของทฤษฎีเสริมแรง (Form of reinforcement) งานของ Skinner เน้นย้ำแรงจูงใจซึ่งเป็นพื้นฐานในการปรับปรุงพฤติกรรม และเป็นเทคนิคในการเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์ เขาเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถูกเปลี่ยนเนื่องจากแรงจูงใจ เทคนิคนี้สามารถทำให้มนุษย์เกิดพฤติกรรมซ้ำ หรือเปลี่ยนพฤติกรรมอื่น ทฤษฎีการเสริมแรงทำได้ 4 วิธีดังนี้

1. การเสริมแรงด้านบวก (Positive reinforcement) หมายถึงการบริหารรางวัลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่พึงปรารถนา เป็นการสร้างให้เกิดพฤติกรรมมากขึ้น ด้วยการให้รางวัลพิเศษสำหรับการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การสรรเสริญพนักงานเมื่อทำงานเสร็จตามกำหนด เมื่อพนักงานได้รับการชมเชย ถือว่าเป็นการกระตุ้นให้เกิดผลสำเร็จของการทำงานในอนาคต

2. การเรียนรู้การหลีกเลี่ยงปัญหา (Avoidance learning) หรือการเสริมแรงด้านลบ (Negative reinforcement) หมายถึงการจัดลำดับเหตุการณ์ (ปัญหา ที่ไม่น่าพึงพอใจต่อจากพฤติกรรมที่พึงพอใจ การเรียนรู้ที่เกิดขึ้น เพราะพนักงานสามารถปฏิบัติตามหน้าที่ได้ทำอย่างอื่น เนื่องจากกลัวผลร้ายที่จะได้รับ การเรียนรู้การหลีกเลี่ยงปัญหา เกิดจากบุคคลต้องการเลี่ยงผลลัพธ์ที่ไม่น่าพึงพอใจ จึงมีพฤติกรรมที่ไม่ทำให้เกิดผลลัพธ์นั้น

3. การยับยั้งพฤติกรรม (Extinction) หมายถึง การเลิกให้รางวัลเพื่อจุดมุ่งหมายในการยับยั้งพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในอนาคต เป็นการลดพฤติกรรมซึ่งมีผลด้านบวก ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม เป็นการปราบพฤติกรรมบางอย่าง โดยการลดการเสริมแรงเกี่ยวกับการแสดงออก

4. การลงโทษ (Punishment) หมายถึงการปรับพฤติกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับภายใต้เงื่อนไขที่ว่า ผลที่ตามด้มานลบ จะช่วยลดหรือยับยั้งพฤติกรรม เป็นการลดพฤติกรรมเนื่องจากผลลัพธ์ที่ไม่พึงพอใจ แม้ว่ารางวัลจะเป็นวิธีการที่มีอำนาจ ในการกำหนดพฤติกรรมพนักงาน ผู้บริหารจะให้สัญญาณที่ผิดพลาดจากพฤติกรรมส่วนตัว เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ เช่นการว่ากล่าวตักเตือน การลดอำนาจหน้าที่

3.2.3. ทฤษฎีการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ

ทฤษฎีการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ ของนักการตลาด ชื่อ จอห์น ฟาร์เลย์ และคณะ (John Farley, Donald Lehmann, et al.) ได้พัฒนาทฤษฎีขึ้น จากการวิเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analysis แล้วเรียกว่า “ทฤษฎีการตัดสินใจ” เรียกย่อ ๆ ว่า CDM ซึ่งย่อมาจากคำว่า Consumer Decision Model

ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการอธิบายว่า การตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับ 6 องค์ประกอบซึ่งแต่ละองค์ประกอบสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 ข้อเท็จจริง หรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ (Fact หรือ Information) ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ 2 วิธีได้แก่

1. จากประสบการณ์ทางตรง หมายถึงผู้รับบริการได้ใช้หรือสัมผัสโดยตรงกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นโดยตรง เช่นได้เห็น ได้ยิน ได้ดม ได้ชิม ได้สัมผัสด้วยตนเอง แล้วเกิดการรับรู้ว่า สิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ ตนเองพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด

2. จากประสบการณ์ทางอ้อม หมายถึง ผู้รับบริการได้รับข้อมูลข่าวสาร จากคำบอกเล่าของผู้อื่น จากสื่อสารมวลชน จากสิ่งพิมพ์โฆษณา แล้วทำให้เกิดการรับรู้ว่า สิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ ตนเองพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด

ข้อมูลข่าวสารจะทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้า (Stimulus) หรือเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่กระตุ้นให้ ผู้รับบริการนึกถึงเครื่องหมายการค้า (Brand) เกิดเจตคติ หรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อบริการนั้น (attitude) และเกิดความเชื่อมั่นในบริการนั้น (Confidence)

องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้า (Brand recognition) ทำให้ผู้รับบริการนึกถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งในด้าน รูปร่าง สี รส ขนาด การบรรจุหีบห่อ การออกแบบความทนทาน และคุณภาพของบริการ เครื่องหมายการค้า มีอิทธิพลต่อ Attitude และ Confidence หากผู้รับบริการมีความศรัทธาต่อเครื่องหมายการค้าอย่างหนึ่งแล้ว ผู้รับบริการจะเกิดความชอบ และความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ซึ่งจะพบว่าปัจจุบันนี้การโฆษณาผลิตภัณฑ์ และบริการจะมุ่งให้ผู้รับบริการ ศรัทธาต่อเครื่องหมายการค้า แทนการโฆษณาสินค้า แต่ละชนิด จนทำให้ผู้รับบริการเกิด Attitude และ Confidence ในผลิตภัณฑ์และบริการ จนทำให้ผู้รับบริการนึกถึง

องค์ประกอบที่ 3 เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า (Attitude) เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า เป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ หรือชอบมากชอบน้อย หรือเป็นความรู้สึกทางบวกหรือทางลบต่อผลิตภัณฑ์ และบริการ

ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ เกิดจากการได้รับข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ และเกิดจากการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น ๆ ว่ามีมาอย่างไร หากได้รับข้อมูลข่าวสารมาในเชิงบวก นึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้นในทางบวก ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นจะเกิดบวกตามมา ในทางตรงกันข้าม ความรู้สึกในทางลบจะเกิด เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารมาในทางลบ และระลึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้นในทางลบ เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า จะมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่น ที่จะใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ (Confidence) ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการประเมินและตัดสินใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการเกิดจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการนั้น และความศรัทธาที่มีต่อเครื่องหมายการค้า นั้นร่วมกัน อิทธิพลของความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ จะมีต่อความมุ่งมั่นที่จะใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้ (Intention) หมายถึงการตัดสินใจใช้ ด้วยการวางแผนการใช้ เช่น จะใช้รุ่นไหน สีไหน ใช้เมื่อไร จะติดต่อการซื้อกับใคร เป็นต้น ผู้รับบริการจะกำหนดรายละเอียดของสิ่งที่ต้องการได้อย่างเฉพาะเจาะจง หากผู้รับบริการสามารถกำหนดสิ่งที่ต้องการได้เช่นนี้แล้ว ผู้ให้บริการจะสามารถสนองความต้องการได้ทันที ความมุ่งมั่นในการใช้เกิดจากอิทธิพลของ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อการใช้บริการนั้น และจะส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น

องค์ประกอบที่ 6 การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ (Purchase) การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นขั้นตอนสุดท้าย ที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ แล้วแสดงเป็นพฤติกรรมด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น

3.2.4. ทฤษฎีและหลักการเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ

คำถามสำคัญที่ผู้รับบริการต้องตอบคือ ผู้รับบริการต้องการอะไรจากงานบริการของเรา คำตอบที่ได้อาจแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละธุรกิจ เช่นธุรกิจสายการบิน ผู้รับบริการต้องการความปลอดภัย ต้องการความสะดวกในการเดินทาง ต้องการดูแลอย่างเอาใจใส่ของผู้ปฏิบัติงาน หรือในธุรกิจการบริการอาหาร ต้องการรสชาติอาหารที่อร่อย ต้องการการต้อนรับ การรับคำสั่งอาหาร การเสิร์ฟอาหาร การเก็บโต๊ะอาหาร และการเก็บเงินที่รวดเร็ว สถานที่สะอาด เป็นต้น

ทฤษฎีและหลักการเกี่ยวกับความต้องการของ อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday and Andersen) ได้ศึกษาโดยการสอบถามผู้รับบริการว่า สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ และหากได้รับสิ่งนั้นจะทำให้เกิดความพึงพอใจ มีอะไรบ้าง จากคำตอบที่ได้นำมาจัดกลุ่มได้ 6 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 1.1 ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรับบริการไม่นาน
- 1.2 ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ
- 1.3 ลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ

กลุ่มที่ 2 การประสานงานของการบริการ (Coordination) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 2.1 การได้รับบริการทั้งหมดตามความต้องการ

2.2 การสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ

กลุ่มที่ 3 อธิยาศัย และความสนใจต่อผู้รับบริการ (Courtesy) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

3.1 คำพูดเชิงบวก

3.2 บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส

3.3 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

3.4 มีความเอาใจใส่ตลอดเวลา

กลุ่มที่ 4 ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

4.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับบริการ

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ หรือกรณีของธุรกิจ การพยาบาล ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับคำแนะนำเกี่ยวกับสาเหตุ และอาการของโรค และวิธีการปฏิบัติตนของผู้ป่วย เป็นต้น

กลุ่มที่ 5 คุณภาพของบริการ (Quality of service) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

5.1 ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน

5.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากเป็นธุรกิจการบริการซ่อมรถยนต์ รถยนต์ต้องไม่เสียบ่อย ธุรกิจพยาบาล โรคต้องหาย ธุรกิจภัตตาคาร รสอาหารต้องอร่อย เป็นต้น

กลุ่มที่ 6 ราคาค่าใช้จ่าย (Cost) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

6.1 ราคายุติธรรม

6.2 สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้รับบริการ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

เบรน (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540 : 41 ; อ้างอิงจาก Brian Stipak. 1979. : 46 – 52. *Public Administration Review*.) ได้ทำการศึกษาวิจัยในลอสแอนเจลิส เพื่อทดสอบว่าบริการที่จัดหา โดยหน่วยการปกครองท้องถิ่นมีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการหรือไม่ โดยใช้ข้อมูลด้านปัจจัยบุคคล สามีโน ประชากร การบริการอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้กับตัวแบบในการประเมินทางด้านลักษณะของบริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ลักษณะของแต่ละบริเวณ และลักษณะของปัจจัยบุคคล เกณฑ์การประเมินด้านอัตวิสัย (Subjective Evaluation Scales) สร้างขึ้นจากการสำรวจสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบริการทางด้านตำรวจ สาธารณะ การกำจัดขยะและบริการอื่น ส่วนเกณฑ์การประเมินด้านวัตถุวิสัย (Objective Service Characteristics) พิจารณาจากจำนวนตัวเลข เช่น อัตราการปราบปรามของตำรวจ อัตราของทรัพย์สินที่ได้กลับคืน ค่าใช้จ่ายต่อหัว และอัตราของการเกิดอาชญากรรม แต่ตัวเลขดังกล่าวนี้ไม่ค่อยมีความสำคัญพอที่จะบ่งบอกได้ว่า ลักษณะของการบริการนั้น มีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการ และในขณะเดียวกันการประเมินทางด้านอัตวิสัยก็มีข้อจำกัด เนื่องจากประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของการบริการนั้นน้อย เพราะจากการวิจัยทางด้านสาธารณะพบว่า ประชาชนมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับรัฐบาล และกิจกรรมของรัฐบาล แต่กระนั้นเขาก็ยังต้องการที่จะแสดงทัศนคติทางการเมืองออกมา ด้วยเหตุนี้ประชาชนจึงเต็มใจที่จะประเมินการให้บริการที่

หน่วยการปกครองท้องถิ่นจัดหา แม้ว่าเขาจะขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร จึงทำให้การประเมินการให้บริการไม่สามารถสะท้อนถึงคุณภาพของบริการที่แตกต่างกันได้

เจมส์ บูแมน และ เดวิท นอร์แมน (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540 : 41 ; อ้างอิงจาก James S. Bouman and David L. Norman. 1975. : 113 – 135. *Public Administration Review*.) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยไวโอมิง พบว่า การให้บริการสาธารณะในภาครัฐบาล ยังมีความคล่องตัวน้อยกว่าการให้บริการสาธารณะในภาคเอกชน และไม่ควรจะมีลักษณะของงานแบบประจำ (Routine หรือ Day-to-Day) อีกต่อไป คุณภาพของผู้ปฏิบัติงาน หรือผู้ให้บริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กร หรือหน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้ โดยจะต้องมีการแก้ไขภาพพจน์ที่ไม่ดีของการจ้างงานให้ดีขึ้น ด้วยวิธีการสร้างแรงจูงใจเริ่มแรก ก็จะต้องมีการปรับปรุงมาตรฐานในการสรรหาบุคคลเข้ามาทำงาน มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี สร้างความกระตือรือร้นให้เกิดขึ้นในการทำงาน จะต้องมีการสร้างรูปแบบที่เป็นมาตรฐานในการให้บริการสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสวัสดิการ นันทนาการ หรือด้านอนามัย ประเด็นสำคัญคือ จะต้องทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในงานที่ทำด้วย ไม่เช่นนั้นแล้ว ความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจะเป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงระบบการบริการ และระบบการเมืองที่ไร้ประสิทธิภาพได้เช่นกัน

แกรเบรียล แอลมอนและซิดนีย์ เวอร์บา (วิโรจน์ สัตยสันต์สกุล. 2538 : 12 ; อ้างอิงจาก Gabrae Almond and Sidney Verba. 1965. *The Civil Culture*.) ได้ศึกษาเรื่อง “The Civil Culture” โดยศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ พบว่าประชาชนมีความพึงพอใจในการให้บริการของตำรวจ ที่ปฏิบัติอย่างเสมอภาคเท่าเทียม

ไมเคิล อาร์ ฟิตซ์เจอร์ลด์ และโรเบิร์ต เอฟ ดูแรนท์ (วิโรจน์ สัตยสันต์สกุล. 2538 : 12 ; อ้างอิงจาก Michael R. Fitzgerald and Robert F. Durant. 1980. *Public Administration Review*.) ได้ศึกษาเรื่อง “Citizen Evaluations and Urban Management : Service Delivery in a Era of Portast” โดยได้ทำการวิจัยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของประชาชน ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการ กับความพึงพอใจที่มีต่อบริการที่ได้รับ มีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เชื้อชาติ รายได้ อายุ ขนาดของเมือง ส่วนตัวแปรตามได้แก่ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ และความต้องการของประชาชนที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า คนผิวดำ คนยากจน และคนแก่ มักถูกมองว่า ตนถูกกีดกันในการได้รับบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคนผิวขาว คนมีเงินและวัยรุ่น โดยปัจจัยด้านภูมิหลังของประชาชน เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่กำหนดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ กับความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการ

เบลลิต และ ไกรเลอร์ (กมลศรี เตชะจำเริญสุข. 2536 : 25 ; อ้างอิงจาก Bellin and Geiger. 1972. :

224 – 239. *Medical Care*.) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการทางการแพทย์ที่เมืองดอร์เชสเตอร์ (Dorset) สหรัฐอเมริกาพบว่า ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจมาก คือการที่แพทย์ให้คำอธิบายแก่ผู้ป่วยไม่เพียงพอ ไม่ให้โอกาสผู้ป่วยเล่าถึงปัญหา หรือการเจ็บป่วย และแพทย์มีท่าที่ไม่เป็นกันเองกับผู้ป่วย

ชิปกิน และคณะ (กมลศรี เตชะจำเริญสุข. 2536 : 26 ; อ้างอิงจาก Zipkin, et al. 1984. : 566 - 572. *Journal of Public Health*.) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสาธารณสุขในชนบทที่ประเทศอิสราเอล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นมารดาเด็ก อายุต่ำกว่า 14 ปี จำนวน 110 คน ในหมู่บ้านเกษตรกรรม 2 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า มารดามีความพึงพอใจในการใช้บริการสาธารณสุข ถ้าแพทย์ใช้เวลาในการตรวจรักษา และพูดคุยกับผู้ป่วย นาน ๆ

อเดย์ และ แอนเดอร์เซน (สมจิตร์ กาหวางศ์. 2540 : 48 ; อ้างอิงจาก Aday and Andersen. 1975. *Development of Indices of Access to Medical Care*.) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการรักษาในสหรัฐอเมริกา 4,966 คน พบว่า เรื่องที่ประชาชนไม่พอใจมากที่สุด คือความสะดวกในการรับบริการ และค่าใช้จ่ายในการรับบริการ

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

แจ่มจันทร์ ณ กาพลินธุ์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคาม โดยทำการศึกษาวิจัยโดยใช้ลูกค้าบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคาม ที่มาใช้บริการในช่วงเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน 2542 จำนวน 263 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ลูกค้าของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคาม มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ รองลงมาคือ ด้านระยะเวลาในการบริการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านสถานที่ประกอบการ ตามลำดับ ผู้ใช้บริการบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคาม ที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการสูงกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกัน ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ ด้านระยะเวลาในการบริการ สำหรับความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ ลูกค้ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ลูกค้าหญิง มีความพึงพอใจต่อการบริการมากกว่าลูกค้าเพศชาย 3 ด้าน คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านระยะเวลาในการบริการ แต่ความพึงพอใจน้อยกว่าลูกค้าเพศชายในด้านสถานที่ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปรีชา กัมเนิดง (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกในการบริการของ สหกรณ์การเกษตรโคกโพธิ์ จำกัด จังหวัดปัตตานี โดยทำการศึกษาวิจัยโดยใช้สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรโคกโพธิ์ ที่เป็นสมาชิกมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 145 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้รับบริการมากกว่าครึ่ง ร้อยละ 53.10 เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 31.10 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 69.70 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 3,000-5,000 บาท ร้อยละ 66.90 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-6 คน ร้อยละ 55.90 ระยะเวลาของการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 6-10 ร้อยละ 40.70 ใช้บริการด้านธุรกิจเงินกู้ ร้อยละ 71.70 ใช้บริการด้านธุรกิจรวมซื้อ ร้อยละ 77.90 ใช้บริการด้านธุรกิจรวมขาย ร้อยละ 31.70 ไม่ใช้บริการด้านธุรกิจรวมขาย มีมากถึงร้อยละ 68.30 ใช้บริการด้านธุรกิจรับฝากเงิน ร้อยละ 48.30 ไม่ใช้บริการด้านธุรกิจรับฝากเงิน ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการในภาพรวมของธุรกิจทั้งสี่ด้าน พบว่าอยู่ในระดับค่อนข้างมาก แต่เมื่อพิจารณาในธุรกิจแต่ละด้านพบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจสูงสุด ในด้านธุรกิจรวมขายและด้านธุรกิจรับฝากเงิน ($\bar{x} = 3.2$) รองลงมาคือ ด้านธุรกิจเงินกู้และด้านธุรกิจรวมซื้อ ($\bar{x} = 3.1$) สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานบริการของสหกรณ์ พบว่า ระบบการให้บริการ กระบวนการให้บริการ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์ (2535 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าชนบท รพช. ในจังหวัดอุดรธานี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการของร้านค้าชนบท รพช. โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 1.73$) ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้ผลสรุปดังนี้ เพศ บทบาทและรายได้ในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ส่วนอายุ และการมีบทบาทและตำแหน่งในกลุ่มร้านค้าชนบท รพช. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการให้บริการ

กิตตินันท์ อรรถนพ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสุขาภิบาล บางปะหัน และสุขาภิบาลนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทำการศึกษาวิจัยโดยใช้ประชากรที่เป็นหัวหน้าครัวเรือนที่อยู่ในตำบลต่าง ๆ ในเขตสุขาภิบาลบางปะหัน และสุขาภิบาลนครหลวง จำนวน 273 ราย เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตสุขาภิบาลทั้งสองแห่งร้อยละ 63.70 มีความพึงพอใจต่อการที่ได้รับความสุขาภิบาลอยู่ในระดับกลาง ร้อยละ 22.70 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง และร้อยละ 13.60 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ ส่วนการได้รับบริการที่ดีจากเจ้าหน้าที่ ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น โดยมีตำแหน่งระดับความพึงพอใจเท่ากับ 2.95 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรประเภทสุขาภิบาล ด้านที่อยู่อาศัย รายได้ ระดับการศึกษา เขตตำบลที่อยู่อาศัย การติดต่อสัมพันธ์กับสุขาภิบาล การสนใจข่าวสารและการเป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคม มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการที่ได้รับความสุขาภิบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนตัวแปรด้านเพศ อายุ และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของประชาชน

ยุคลธร เชตุพงษ์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจาก ของห้างหุ้นส่วนจำกัดทรัพย์มั่นคง บริการ จังหวัดสมุทรสาคร โดยลูกค้าที่นำรถมาใช้บริการ จำนวน 300 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจาก โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้บริโภคเพศชาย มีความพึงพอใจด้านบุคลากร มากกว่าเพศหญิง โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านสถานีบริการน้ำมัน แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับด้านการบริการหลัก และด้านบริการเสริม มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง

ไมตรี วิไลกิจ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บสำนักงานใหญ่ โดยใช้ลูกค้าของธนาคาร จำนวน 175 ราย เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดโดยดูจากคะแนนเฉลี่ย = 3.5524 , 3.4351 , 3.5476 และ 3.3352 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าคือ เพศ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับรายได้ และจำนวนประเภทบัญชีเงินฝาก ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ) ศึกษาในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2540 โดยใช้ลูกค้าของธนาคารที่ใช้บริการเป็นระยะเวลานานตั้งแต่หนึ่งปีขึ้นไป จำนวน 1,000 ราย เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ลูกค้าของธนาคาร มีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อการให้บริการในด้านพนักงาน และการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อการให้บริการด้านสถานที่ประกอบการ และลูกค้าที่มีอาชีพ และอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่อายุ 16 ปีขึ้นไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการศึกษาวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มาใช้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มาใช้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยในครั้งนี้ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้เท่ากับ 400 คน ซึ่งได้มาจากตารางสำเร็จรูปสำหรับกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ Infinity โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 (ศิริชัย กาญจนวาสี และ คณะ 2544 : 132)

จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 400 คน จากนั้นทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างให้กระจายครบทั้ง 5 สาขาของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยในแต่ละสาขาจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience) ให้ได้สาขาละ 80 คน

สาขาของร้าน แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. สำนักงานใหญ่	80
2. ธนบุรี	80
3. ดอนเมือง	80
4. คลองเตย	80
5. หนองแขม	80
รวม	400

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ในเรื่องการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สืบค้น และรวบรวมข้อมูลของ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมาย
4. สร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามนี้จะเป็นแบบสอบถามแบบที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกคำตอบเอง โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 2 ส่วนดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและภูมิหลังของนักธุรกิจอิสระ ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระ โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) หลายตัวเลือกตามลักษณะข้อมูลในแต่ละข้อ จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธี Likert scale (ยุทพพงษ์ กัยวรรณ, 2543 : 108-110) เพื่อวัดความพึงพอใจใน 3 ด้านคือ

- ด้านสถานที่ จำนวน 5 ข้อ
- ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า จำนวน 16 ข้อ
- ด้านการให้บริการของพนักงาน จำนวน 10 ข้อ

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ศึกษานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อตรวจสอบ เสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไข
2. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
3. ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ที่ศึกษานิพนธ์พิจารณาตรวจสอบอีกครั้ง แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับ นักธุรกิจอิสระที่มาใช้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน
5. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient method) ของครอนบาช (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ 2543 : 137) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.9499 และเมื่อจำแนกเพื่อคำนวณหาความเชื่อมั่นรายด้าน จะได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในด้านสถานที่เท่ากับ 0.8566 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าเท่ากับ 0.9297 และได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในด้านการให้บริการของพนักงานเท่ากับ 0.8714

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
3. นำแบบสอบถาม ซึ่งหาคุณภาพแล้วไปขอความร่วมมือจากนักธุรกิจอิสระที่มาใช้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ ในการตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจในวัตถุประสงค์ และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถาม ก่อนให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามตามลำพัง และคอยรอรับแบบสอบถามทันที

การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistical Package for The Social Science)
2. วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อมูลส่วนตัวและภูมิหลังของนักธุรกิจอิสระ ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระ โดยวิธีการหาค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับจากมากไปหาน้อยดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ความพึงพอใจมากที่สุด	5
ความพึงพอใจมาก	4
ความพึงพอใจปานกลาง	3
ความพึงพอใจน้อย	2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	1

โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดเกณฑ์การประเมินแบบสอบถามระดับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 75-76)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มโดยใช้ t-test และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีการของ เชฟเฟ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถาม

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ ใช้สัญลักษณ์ $\bar{X}$ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 35) ในแบบสอบถาม

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

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

1.3 การหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแสดงการกระจายของข้อมูล โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 65) ในแบบสอบถาม

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

เมื่อ S แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
 X แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
 n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
 $n-1$ แทน จำนวนตัวแปรอิสระ (degree of freedom)
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถาม ประกอบด้วย

2.1 การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 314)

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

เมื่อ	r_{XY}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่าง X กับ Y
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณคะแนนชุด X และ Y
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด X แต่ละตัว
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด X ทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด Y แต่ละตัว
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum Y)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด Y ทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	แทนจำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

2.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient method) ของครอนบาช (ยุทรพงษ์ กัวยวรรณ 2543 : 137)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	s_i^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	s_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ประกอบด้วย

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ t-test เพื่อทดสอบความแปรปรวนของประชากรกลุ่มที่ 1 (σ_1^2) และกลุ่มที่ 2 (σ_2^2) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 166-171)

3.1.1 ความแปรปรวนของประชากร 2 กลุ่มเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$) ใช้สูตร

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

3.1.2 ความแปรปรวนของประชากร 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$) ใช้สูตร

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

เมื่อ	t	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\overline{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	$\overline{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1, n_2	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) (กุณฑลี เวชสาร. 2540 : 246)

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

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

ถ้าพบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ เชฟเฟ่ (Scheffe) (บุญชม ศรีสะอาด.2541 : 344)

$$F = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)^2}{MS_w \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right] (k-1)}$$

โดย	$df = k-1, n_i - k$	
เมื่อ	F แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F – distribution
	MS_w แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	K แทน	จำนวนกลุ่ม
	n_1 แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	n_2 แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	n_i แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมด
	df แทน	ชั้นความเป็นอิสระ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมายดังนี้

$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติ t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติ F-distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (degree of freedom)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนักธุรกิจอิสระ ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านการให้บริการของพนักงาน

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านการให้บริการของพนักงาน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย)

จำกัด

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนักธุรกิจอิสระ ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ โดยนำเสนอในรูปแบบของควาถึและร้อยละ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวน และร้อยละของนักธุรกิจอิสระ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	166	41.5
1.2 หญิง	234	58.5
รวม	400	100.00
2. อายุ		
2.1 18 – 29 ปี	130	32.5
2.2 30 – 41 ปี	166	41.5
2.3 42 – 53 ปี	91	22.8
2.4 ตั้งแต่ 54 ปี ขึ้นไป	13	3.3
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	125	31.3
3.2 ปริญญาตรี	226	56.4
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	49	12.3
รวม	400	100.00
4. สถานภาพสมรส		
4.1 โสด	178	44.5
4.2 สมรส	214	53.5
4.3 หม้าย / หย่าร้าง	8	2.0
รวม	400	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพอื่นที่ทำควบคู่		
5.1 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	18.0
5.2 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	93	23.3
5.3 พนักงานบริษัทเอกชน	147	36.7
5.4 นักศึกษา	22	5.5
5.5 ไม่ได้ทำอาชีพอื่นควบคู่ เป็นนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างเดียว	66	16.5
รวม	400	100.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	104	26.0
6.2 10,001 – 25,000 บาท	138	34.5
6.3 25,001 – 40,000 บาท	92	23.0
6.4 ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป	66	16.5
รวม	400	100.00
7. จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน		
7.1 น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน	53	13.3
7.2 1 ครั้ง / เดือน	56	14.0
7.3 2 – 3 ครั้ง / เดือน	117	29.3
7.4 4 – 5 ครั้ง / เดือน	59	14.8
7.5 มากกว่า 5 ครั้ง / เดือน	115	28.8
รวม	400	100.00
8. ระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ		
8.1 1 – 5 ปี	291	72.8
8.2 6 – 10 ปี	83	20.8
8.3 11 – 15 ปี	26	6.4
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 แสดงถึงจำนวน และร้อยละ ของนักธุรกิจอิสระ จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-41 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-25,000 บาท มาใช้บริการเฉลี่ย 2-3 ครั้ง/เดือน และส่วนใหญ่มิมีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 1-5 ปี

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตาม อายุ พบว่า มีจำนวนผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุตั้งแต่ 54 ปี ขึ้นไป เพียง 13 คน ผู้วิจัยจึงรวมกลุ่มอายุใหม่โดยนำกลุ่มที่มีอายุ 42 – 53 ปี และกลุ่มอายุตั้งแต่ 54 ปี ขึ้นไป มารวมกัน เพื่อความสะดวกและถูกต้องในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีจำนวนผู้เป็นหม้าย/หย่าร้าง เพียง 8 คน ผู้วิจัยจึงรวมกลุ่มสถานภาพสมรสใหม่โดยนำกลุ่มผู้ที่สมรสแล้ว และกลุ่มผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง มารวมกัน ผลการรวมข้อมูลแสดงดังตาราง 1.1

ตาราง 1.1 จำนวน และร้อยละของนักธุรกิจอิสระ จำแนกตาม อายุ และสถานภาพสมรส หลังการรวมกลุ่ม

	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุ		
1.1 18 – 29 ปี	130	32.5
1.2 30 – 41 ปี	166	41.5
1.3 ตั้งแต่ 42 ปี ขึ้นไป	104	26.0
รวม	400	100.00
2. สถานภาพสมรส		
2.1 โสด	178	44.5
4.4 สมรส	222	55.5
รวม	400	100.00

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านการให้บริการของพนักงาน ในภาพรวมและรายด้าน แสดงดังตาราง 2 - 5

2.1 ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 3 ด้าน

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านสถานที่	3.50	0.63	มาก
2. ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า	3.70	0.48	มาก
3. ด้านการให้บริการของพนักงาน	3.83	0.53	มาก
รวม	3.68	0.45	มาก

จากตาราง 2 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากในทุก ๆ ด้าน โดยในด้านการให้บริการของพนักงาน เป็นด้านที่นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.83 รองลงมาในระดับมากเช่นเดียวกัน คือ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า ($\bar{X}=3.70$) และด้านสถานที่ ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ

2.2 ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 3

ตาราง 3 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่

ความพึงพอใจด้านสถานที่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ทำเลที่ตั้งของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์	3.65	0.80	มาก
2. ความสะดวกในการเดินทางมาที่ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์	3.63	0.77	มาก
3. สามารถหาตำแหน่งที่ตั้งของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ได้ง่าย	3.48	0.89	ปานกลาง
4. ความสะดวกของระบบขนส่งสาธารณะในการเดินทางมาที่ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์	3.47	0.82	ปานกลาง
5. ความเพียงพอของที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการ	3.28	0.96	ปานกลาง
รวม	3.50	0.63	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมาก 2 ข้อ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ($\bar{X}=3.65$) และ ความสะดวกในการเดินทางมาที่ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ($\bar{X}=3.63$) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับปานกลาง 3 ข้อ ได้แก่ สามารถหาตำแหน่งที่ตั้งของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ได้ง่าย ($\bar{X}=3.48$) ความสะดวกของระบบขนส่งสาธารณะในการเดินทางมาที่ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ($\bar{X}=3.47$) และ ความเพียงพอของที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการ ($\bar{X}=3.28$) ตามลำดับ

2.3 ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 4

ตาราง 4 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า

ความพึงพอใจด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความชัดเจนในรายละเอียดของใบเสร็จรับเงิน	4.22	0.67	มาก
2. ความสะอาดเรียบร้อยภายในร้าน	4.06	0.67	มาก
3. ระดับอุณหภูมิภายในร้าน	3.91	0.73	มาก
4. การจัดส่งอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าให้กับผู้มาใช้บริการ ได้แก่ ตะกร้า , รถเข็น	3.90	0.72	มาก
5. ความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ใช้ช่วยในการบริการ	3.87	0.73	มาก
6. การจัดระเบียบของชั้นวาง และการจัดแผนผังภายในร้าน	3.78	0.75	มาก
7. การจัดวางสินค้าภายในร้าน	3.77	0.70	มาก
8. การจัดระบบรักษาความปลอดภัยภายในร้าน	3.77	0.71	มาก
9. ป้ายบอกราคาของสินค้า	3.73	0.73	มาก
10. ระบบทางระบายอากาศภายในร้าน	3.70	0.78	มาก
11. การให้บริการที่เก็บของให้กับผู้มาใช้บริการ	3.64	0.78	มาก
12. วันและเวลาที่เปิดให้บริการ	3.59	0.80	มาก
13. ความเพียงพอของสินค้าที่นำมาให้บริการ	3.55	0.85	มาก
14. ป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่าง ๆ	3.54	0.75	มาก
15. ความสะดวกสบายของที่พักรอรับบริการ	3.46	0.88	ปานกลาง
16. ความกว้างขวางของสถานที่	3.35	0.90	ปานกลาง
17. การจัดเตรียมห้องสุขาให้กับผู้มาใช้บริการ	3.09	0.88	ปานกลาง
รวม	3.70	0.48	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมาก 14 ข้อ โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความชัดเจนในรายละเอียดของใบเสร็จรับเงิน ($\bar{X}=4.22$) ความสะอาดเรียบร้อยภายในร้าน ($\bar{X}=4.06$) และ ระดับอุณหภูมิภายในร้าน ($\bar{X}=3.91$) นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับปานกลาง 3 ข้อ คือ ข้อ ความสะดวกสบายของที่พักรอรับบริการ ($\bar{X}=3.46$) ความกว้างขวางของสถานที่ ($\bar{X}=3.35$) และ การจัดเตรียมห้องสุขาให้กับผู้มาใช้บริการ ($\bar{X}=3.09$)

2.4 ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 5

ตาราง 5 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน

ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความซื่อตรงของพนักงานที่ให้บริการ	4.05	0.67	มาก
2. การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยของพนักงานที่ให้บริการ	4.02	0.70	มาก
3. ความขยันขันแข็งของพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่	3.94	0.75	มาก
4. การให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน	3.87	0.77	มาก
5. ความเชี่ยวชาญและความชำนาญของผู้ให้บริการ	3.82	0.72	มาก
6. การใช้น้ำเสียงและลักษณะการพูดจาที่สุภาพของพนักงานที่ให้บริการ	3.82	0.77	มาก
7. การให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว	3.79	0.70	มาก
8. ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ	3.67	0.72	มาก
9. ระยะเวลาที่ต้องรอคอยในการเข้ารับบริการ	3.49	0.80	ปานกลาง
รวม	3.83	0.53	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมาก 8 ข้อ โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก คือ ความซื่อตรงของพนักงานที่ให้บริการ ($\bar{X}=4.05$) การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยของพนักงานที่ให้บริการ ($\bar{X}=4.02$) และ ความขยันขันแข็งของพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่ ($\bar{X}=3.94$) นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับปานกลางเพียง 1 ข้อ คือข้อ ระยะเวลาที่ต้องรอคอยในการเข้ารับบริการ ($\bar{X}=3.49$)

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการทั้ง 3 ด้านคือ ด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านการให้บริการของพนักงาน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการ เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตาราง 6 - 25

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 นักธุรกิจอิสระที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 6

ตาราง 6 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เพศต่างกัน

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์	ชาย			หญิง			t
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
ด้านสถานที่	3.54	0.62	มาก	3.48	0.64	มาก	0.977
ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า	3.71	0.46	มาก	3.69	0.49	มาก	0.368
ด้านการให้บริการของพนักงาน	3.86	0.49	มาก	3.81	0.56	มาก	0.848
รวม	3.70	0.42	มาก	3.66	0.46	มาก	0.922

จากตาราง 6 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งในภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 นักธุรกิจอิสระที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 7 - 9

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

อายุ		ความพึงพอใจการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์			
		ด้านสถานที่	ด้านความสะดวก ในการซื้อสินค้า	ด้านการให้บริการ ของพนักงาน	รวม
18 – 29 ปี	$\bar{X}$	3.44	3.74	3.84	3.67
	SD	0.60	0.51	0.53	0.44
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
30 – 41 ปี	$\bar{X}$	3.48	3.63	3.78	3.63
	SD	0.65	0.47	0.52	0.45
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
ตั้งแต่ 42 ปี ขึ้นไป	$\bar{X}$	3.62	3.76	3.91	3.76
	SD	0.64	0.43	0.56	0.45
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตาราง 7 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอายุในระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.76

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอายุ 42 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมาก ในขณะที่นักธุรกิจอิสระที่มีอายุ 18 – 29 ปี และ 30 – 41 ปี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอายุในระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.76

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอายุในระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.91

ตาราง 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ ของนักธุรกิจอิสระ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	2.011	1.006	2.523
	ภายในกลุ่ม	397	158.225	0.399	
	รวม	399	160.236		
2. ด้านความสะดวกในการ ซื้อสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	1.473	0.736	3.294*
	ภายในกลุ่ม	397	88.761	0.224	
	รวม	399	90.234		
3. ด้านการให้บริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.141	0.570	2.003
	ภายในกลุ่ม	397	113.051	0.285	
	รวม	399	114.192		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.141	0.571	2.874
	ภายในกลุ่ม	397	78.830	0.199	
	รวม	399	79.971		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการของพนักงาน และภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่านักธุรกิจอิสระ ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในด้านการให้บริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างไร จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีเชฟเฟ ผลปรากฏดังแสดงในตาราง 9

ตาราง 9 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า เป็นรายกลุ่ม จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	18 – 29 ปี	30 – 41 ปี	ตั้งแต่ 42 ปี ขึ้นไป
		3.74	3.63	3.76
18 – 29 ปี	3.74	-	0.11	0.02
30 – 41 ปี	3.63	-	-	0.13*
ตั้งแต่ 42 ปี ขึ้นไป	3.76	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอายุ ตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีอายุ 30 – 41 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 นักธุรกิจอิสระที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 10 – 12

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ความพึงพอใจการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์			
		ด้านสถานที่	ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า	ด้านการให้บริการของพนักงาน	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	$\bar{X}$	3.65	3.76	3.83	3.75
	SD	0.65	0.49	0.55	0.49
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก
ปริญญาตรี	$\bar{X}$	3.44	3.67	3.82	3.64
	SD	0.60	0.47	0.52	0.42
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
สูงกว่าปริญญาตรี	$\bar{X}$	3.41	3.69	3.89	3.66
	SD	0.67	0.45	0.55	0.46
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก

จากตาราง 10 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.75

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมาก ในขณะที่นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.76

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.89

ตาราง 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ ของนักธุรกิจอิสระ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	3.791	1.896	4.810**
	ภายในกลุ่ม	397	156.445	0.394	
	รวม	399	160.236		
2. ด้านความสะดวกในการ ซื้อสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.714	0.357	1.583
	ภายในกลุ่ม	397	89.520	0.225	
	รวม	399	90.234		
3. ด้านการให้บริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	0.221	0.110	0.385
	ภายในกลุ่ม	397	113.971	0.287	
	รวม	399	114.192		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.893	0.447	2.242
	ภายในกลุ่ม	397	79.078	0.199	
	รวม	399	79.971		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 11 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระแอมเวย์ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า ด้านการให้บริการของพนักงาน และภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เพื่อให้ทราบว่านักธุรกิจอิสระ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างไรบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีเชฟเฟ ผลปรากฏดังแสดงในตาราง 12

ตาราง 12 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.65	3.44	3.41
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.65	-	0.20*	0.24
ปริญญาตรี	3.44	-	-	0.03
สูงกว่าปริญญาตรี	3.41	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 นักธุรกิจอิสระที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 13

ตาราง 13 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สถานภาพสมรสต่างกัน

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์	โสด			สมรส			t
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
ด้านสถานที่	3.40	0.59	ปานกลาง	3.58	0.66	มาก	-2.844**
ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า	3.68	0.48	มาก	3.72	0.48	มาก	-0.865
ด้านการให้บริการของพนักงาน	3.79	0.49	มาก	3.86	0.56	มาก	-1.470
รวม	3.62	0.41	มาก	3.72	0.47	มาก	-2.207*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 13 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระกลุ่มที่เป็นโสดและกลุ่มที่สมรสแล้ว มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านการให้บริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้าน

แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ และในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยที่นักธุรกิจอิสระที่สมรสแล้ว จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ทั้งด้านสถานที่ และในภาพรวม สูงกว่านักธุรกิจอิสระที่เป็นโสด

3.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพอื่นที่ทำควบคู่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 14 – 15

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพอื่นที่ทำควบคู่

อาชีพอื่นที่ทำควบคู่		ความพึงพอใจการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์			
		ด้านสถานที่	ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า	ด้านการให้บริการของพนักงาน	รวม
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	$\bar{X}$	3.61	3.71	3.92	3.74
	SD	0.70	0.48	0.51	0.46
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	$\bar{X}$	3.54	3.70	3.81	3.68
	SD	0.63	0.42	0.52	0.40
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	$\bar{X}$	3.41	3.65	3.77	3.61
	SD	0.59	0.50	0.53	0.44
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
นักศึกษา	$\bar{X}$	3.65	3.79	3.80	3.75
	SD	0.56	0.49	0.50	0.43
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
นักธุรกิจอิสระแอมเวย์อย่างเดียว	$\bar{X}$	3.49	3.79	3.90	3.72
	SD	0.67	0.48	0.61	0.51
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก

จากตาราง 14 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพอื่นที่ทำควบคู่ต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่เป็นนักศึกษา มี

ความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.75

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ พบว่า นักธุรกิจอิสระที่รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และนักธุรกิจอิสระที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากในขณะที่นักธุรกิจอิสระที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และ นักธุรกิจอิสระแอมเวย์ อย่างเดียว มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพอื่นที่ทำความคุ้นเคยต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่เป็นนักศึกษา และนักธุรกิจอิสระแอมเวย์ อย่างเดียว มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน คือ 3.79

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพอื่นที่ทำความคุ้นเคยต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.92

ตาราง 15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพอื่นที่ทำความคุ้นเคย

ความพึงพอใจ ของนักธุรกิจอิสระ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4	2.671	0.668	1.674
	ภายในกลุ่ม	395	157.566	0.399	
	รวม	399	160.236		
2. ด้านความสะดวกในการ ซื้อสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	1.121	0.280	1.242
	ภายในกลุ่ม	395	89.113	0.226	
	รวม	399	90.234		
3. ด้านการให้บริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	4	1.316	0.329	1.151
	ภายในกลุ่ม	395	112.877	0.286	
	รวม	399	114.192		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.235	0.309	1.549
	ภายในกลุ่ม	395	78.736	0.199	
	รวม	399	79.971		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพอื่นที่ทำควบคู่กัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า ด้านการให้บริการของพนักงาน และภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 16 - 18

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ความพึงพอใจการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์			
		ด้านสถานที่	ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า	ด้านการให้บริการของพนักงาน	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	$\bar{X}$	3.48	3.67	3.84	3.66
	SD	0.62	0.53	0.55	0.47
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
10,001 – 25,000 บาท	$\bar{X}$	3.48	3.69	3.71	3.63
	SD	0.66	0.48	0.53	0.47
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
25,001 – 40,000 บาท	$\bar{X}$	3.54	3.71	3.85	3.70
	SD	0.54	0.38	0.48	0.36
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก
ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป	$\bar{X}$	3.55	3.76	4.03	3.78
	SD	0.72	0.51	0.53	0.47
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตาราง 16 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วย

ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.78

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 40,000 บาท และตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมาก ในขณะที่นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001 – 25,000 บาท มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วย ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.76

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วย ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.03

ตาราง 17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจ ของนักธุรกิจอิสระ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	0.419	0.140	0.346
	ภายในกลุ่ม	396	159.817	0.404	
	รวม	399	160.236		
2. ด้านความสะดวกในการ ซื้อสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	0.375	0.125	0.551
	ภายในกลุ่ม	396	89.859	0.227	
	รวม	399	90.234		
3. ด้านการให้บริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	4.682	1.561	5.644**
	ภายในกลุ่ม	396	109.510	0.277	
	รวม	399	114.192		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.151	0.384	1.927
	ภายในกลุ่ม	396	78.821	0.199	
	รวม	399	79.971		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ด้านการให้บริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เพื่อให้ทราบว่านักธุรกิจอิสระ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในด้านการให้บริการของพนักงาน แตกต่างกันในระยะใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีเชฟเฟ ผลปรากฏดังแสดงในตาราง 18

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		≤ 10,000 บาท	10,001–25,000 บาท	25,001–40,000 บาท	> 40,000 บาทขึ้นไป
$\bar{X}$		3.84	3.71	3.85	4.03
≤ 10,000 บาท	3.84	-	0.13	0.01	0.19
10,001–25,000 บาท	3.71	-	-	0.14	0.32**
25,001–40,000 บาท	3.85	-	-	-	0.18
> 40,000 บาทขึ้นไป	4.03	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 18 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 19 – 20

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนครั้งของการมาใช้บริการ เฉลี่ยต่อเดือน		ความพึงพอใจการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์			
		ด้านสถานที่	ด้านความสะดวก ในการซื้อสินค้า	ด้านการให้บริการ ของพนักงาน	รวม
น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน	$\bar{X}$	3.48	3.64	3.81	3.64
	SD	0.66	0.40	0.59	0.46
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
1 ครั้ง / เดือน	$\bar{X}$	3.40	3.62	3.76	3.59
	SD	0.66	0.44	0.41	0.38
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
2 – 3 ครั้ง / เดือน	$\bar{X}$	3.44	3.70	3.77	3.64
	SD	0.59	0.48	0.53	0.43
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
4 – 5 ครั้ง / เดือน	$\bar{X}$	3.62	3.72	3.85	3.73
	SD	0.67	0.52	0.56	0.48
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก
มากกว่า 5 ครั้ง / เดือน	$\bar{X}$	3.57	3.75	3.92	3.75
	SD	0.63	0.50	0.55	0.47
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตาราง 19 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 5 ครั้ง / เดือน มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.75

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน 4 – 5 ครั้ง / เดือน และ มากกว่า 5 ครั้ง / เดือน มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมาก ในขณะที่นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน , 1 ครั้ง / เดือน และ 2 – 3 ครั้ง / เดือน มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 5 ครั้ง / เดือน มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.75

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนระดับต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 5 ครั้ง / เดือน มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.92

ตาราง 20 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจ ของนักธุรกิจอิสระ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4	2.407	0.602	1.506
	ภายในกลุ่ม	395	157.829	0.400	
	รวม	399	160.236		
2. ด้านความสะดวกในการ ซื้อสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	0.905	0.226	1.000
	ภายในกลุ่ม	395	89.329	0.226	
	รวม	399	90.234		
3. ด้านการให้บริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	4	1.774	0.443	1.558
	ภายในกลุ่ม	395	112.419	0.285	
	รวม	399	114.192		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.388	0.347	1.744
	ภายในกลุ่ม	395	78.583	0.199	
	รวม	399	79.971		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า ด้านการให้บริการของพนักงาน และภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.8 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ทั้ง 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 21 - 23

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ

ระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ		ความพึงพอใจการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์			
		ด้านสถานที่	ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า	ด้านการให้บริการของพนักงาน	รวม
1 – 5 ปี	$\bar{X}$	3.47	3.67	3.80	3.65
	SD	0.62	0.47	0.53	0.43
	ระดับ	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
6 – 10 ปี	$\bar{X}$	3.62	3.80	3.92	3.78
	SD	0.65	0.48	0.55	0.49
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก
11 – 15 ปี	$\bar{X}$	3.52	3.76	3.82	3.70
	SD	0.68	0.50	0.53	0.49
	ระดับ	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตาราง 21 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6 – 10 ปี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วย ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.78

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6 – 10 ปี และ 11 – 15 ปี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมาก ในขณะที่นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 1 – 5 ปี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มี

ระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6 – 10 ปี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วย ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.80

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระต่าง ๆ ต่างก็มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากทั้งสิ้น โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6 – 10 ปี มีความพึงพอใจในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในระดับมากด้วย ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.92

ตาราง 22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ

ความพึงพอใจ ของนักธุรกิจอิสระ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	1.612	0.806	2.017
	ภายในกลุ่ม	397	158.625	0.400	
	รวม	399	160.236		
2. ด้านความสะดวกในการ ซื้อสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	1.266	0.633	2.824
	ภายในกลุ่ม	397	88.968	0.224	
	รวม	399	90.234		
3. ด้านการให้บริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	0.902	0.451	1.580
	ภายในกลุ่ม	397	113.290	0.285	
	รวม	399	114.192		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.218	0.609	3.070*
	ภายในกลุ่ม	397	78.753	0.198	
	รวม	399	79.971		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านการให้บริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่านักธุรกิจอิสระ ที่มีระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในภาพรวม แตกต่างกันไ้ในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีเชฟเฟ ผลปรากฏดังแสดงในตาราง 23

ตาราง 23 การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวม เป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ

ระยะเวลาการเป็นนัก ธุรกิจอิสระ	$\bar{X}$	1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	11 – 15 ปี
		3.65	3.78	3.70
1 – 5 ปี	3.65	-	0.14*	0.05
6 – 10 ปี	3.78	-	-	0.08
11 – 15 ปี	3.70	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 แสดงว่า นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6 – 10 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 1 – 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเรื่อง “ ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ” เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและ ยกระดับการ ให้บริการให้ได้มาตรฐาน เป็นที่พึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มาใช้บริการ โดยในบทนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการเสนอเนื้อหา ตามลำดับ ดังต่อไปนี้ ความมุ่งหมายของการวิจัย, ความสำคัญของการวิจัย, สมมุติฐานของการวิจัย, วิธีดำเนินการวิจัย, การวิเคราะห์ข้อมูล, สรุปผล, การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขต กรุงเทพมหานครใน 3 ด้านคือ
 - 1.1 ด้านสถานที่
 - 1.2 ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า
 - 1.3 ด้านการให้บริการของพนักงาน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระ

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของ พนักงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผน ในการขยายสาขาในปีต่อไปในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขขั้นตอนในการให้บริการ การจัดสถานที่ การจัดวางสินค้า ให้เป็นที่พึงพอใจแก่นักธุรกิจอิสระที่มาใช้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานของการวิจัย

1. นักธุรกิจอิสระที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. นักธุรกิจอิสระที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

3. นักธุรกิจอิสระที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

4. นักธุรกิจอิสระที่มีสภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

5. นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

6. นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

7. นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

8. นักธุรกิจอิสระที่ระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มาใช้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มาใช้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยในครั้งนี้ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้เท่ากับ 400 คน ซึ่งได้มาจากตารางสำเร็จรูปสำหรับกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ Infinity โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 (ศิริชัย กาญจนวาสี และ คณะ 2544 : 132) จากนั้นทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างให้กระจายครบทั้ง 5 สาขาของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยในแต่ละสาขาจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience) ให้ได้สาขาละ 80 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็น แบบสอบถาม ซึ่งแจกให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม และให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกคำตอบเอง โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและภูมิหลังของนักธุรกิจอิสระ ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระ โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) หลายตัวเลือกตามลักษณะข้อมูลในแต่ละข้อ จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธี Likert scale (ยุทพงษ์ ภัยวรรณ, 2543 : 108-110) เพื่อวัดความพึงพอใจใน 3 ด้าน คือ

- ด้านสถานที่ จำนวน 5 ข้อ
- ความสะดวกในการซื้อสินค้า จำนวน 16 ข้อ
- การให้บริการของพนักงาน จำนวน 10 ข้อ

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม

เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและมีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ศึกษานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อตรวจสอบ เสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา แล้วทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ที่ศึกษานิพนธ์พิจารณาตรวจสอบอีกครั้ง แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้ ในการทดลองได้ทำการทดลองใช้กับนักธุรกิจอิสระที่มาใช้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน และเมื่อนำแบบสอบถามที่ทดสอบแล้วไปคำนวณหาความเชื่อมั่นรายด้าน และรวมทั้งฉบับ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient method) ของครอนบาช ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.9499 และเมื่อจำแนกเพื่อคำนวณหาความเชื่อมั่นรายด้าน ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในด้านสถานที่เท่ากับ 0.8566 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าเท่ากับ 0.9297 และได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในด้านการให้บริการของพนักงานเท่ากับ 0.8714

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักธุรกิจอิสระ ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จากนั้นนำแบบสอบถาม ซึ่งหาคุณภาพแล้วไปขอความร่วมมือจากนักธุรกิจอิสระที่มาใช้บริการ ร้าน แอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ ในการตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจในวัตถุประสงค์ และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถาม ก่อนให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามตามลำพัง และคอยรอรับแบบสอบถามทันที โดยใช้เวลาทั้งสิ้น 4 สัปดาห์ ได้รับแบบสอบถามคืนมา 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวนแบบสอบถามที่ส่งทั้งสิ้น 400 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistical Package for The Social Science)

2. วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อมูลส่วนตัวและภูมิหลังของนักธุรกิจอิสระ ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพอื่นที่ทำควบคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระ โดยวิธีการหาค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มโดยใช้ t-test และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีการของ เชฟเฟ

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.5 อายุระหว่าง 30 – 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.5 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.4 สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 55.5 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 36.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.5 มาใช้บริการเฉลี่ย 2 – 3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.8

2. ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้านทั้ง 3 ด้าน

2.1 ด้านสถานที่ นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากยกเว้น การสามารถหาตำแหน่งที่ตั้งของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ได้ง่าย ความสะดวกของระบบขนส่งสาธารณะในการเดินทางมาที่ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ และ ความเพียงพอของที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

2.2 ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้น ความสะดวกสบายของที่พักรอรับบริการ ความกว้างขวางของสถานที่ และการจัดเตรียมห้องสุขาให้กับผู้มาใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ด้านการให้บริการของพนักงาน นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้น ระยะเวลาที่ต้องรอกอยในการเข้ารับบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 นักธุรกิจอิสระที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักธุรกิจอิสระที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งในภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 นักธุรกิจอิสระที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักธุรกิจอิสระที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านสถานที่ นักธุรกิจอิสระที่มีอายุ 42 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่อายุ 18-29 ปี และ 30-41 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยด้านสถานที่ ด้านการให้บริการของพนักงาน และภาพรวม มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่านักธุรกิจอิสระแอมเวย์ที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มากกว่านักธุรกิจอิสระแอมเวย์ที่มีอายุ 30 – 41 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 นักธุรกิจอิสระที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักธุรกิจอิสระแอมเวย์ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านสถานที่ นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมาก ในขณะที่ การศึกษาในระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า ด้านการให้บริการของพนักงาน และภาพรวม มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านสถานที่ที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 นักธุรกิจอิสระที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักธุรกิจอิสระที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านสถานที่ นักธุรกิจอิสระที่สมรสแล้วมีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่นักธุรกิจอิสระที่เป็นโสด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า ด้านการให้บริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านสถานที่ และภาพรวม มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ ซึ่งพบว่า นักธุรกิจอิสระที่สมรสแล้ว มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งด้านสถานที่ และในภาพรวมมากกว่า นักธุรกิจอิสระที่เป็นโสด

3.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพอื่นที่ทำควบคู่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพอื่นที่ทำควบคู่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ นักธุรกิจอิสระที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และนักธุรกิจอิสระที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และเป็นนักธุรกิจอิสระแอมเวย์อย่างเดียว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

3.6 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านสถานที่ นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-40,000 บาท และตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการให้บริการของพนักงาน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งพบว่า นักธุรกิจอิสระแอมเวย์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการของพนักงาน มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.7 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มี

นัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ย 4-5 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 5 ครั้ง/เดือน มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน , 1 ครั้ง/เดือน และ 2-3 ครั้ง/เดือน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

3.8 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 นักธุรกิจอิสระที่ระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านสถานที่ นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6-10 ปี และ 11-15 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 1-5 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยด้านสถานที่ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านการให้บริการของพนักงาน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในภาพรวม มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6 – 10 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 1 – 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ คือ

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ด้านคือ ด้านความพึงพอใจที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านความพึงพอใจที่มีต่อความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน พบว่านักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านความพึงพอใจที่มีต่อด้านสถานที่ นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ท่าเลที่ตั้งของร้านสามารถหาได้ง่าย และมีความสะดวกในการเดินทาง รวมทั้งได้จัดเตรียมที่จอดรถไว้สำหรับผู้มาใช้บริการอย่างเพียงพอ ซึ่งถือเป็นการบริการอย่างหนึ่งที่เป็นกระบวนการของการปฏิบัติเพื่อผู้อื่น ในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวก หรือความสบาย (สมชาย กิจยรรยง . 2536 : 42 - 43) และการเข้าถึงแหล่งบริการ คือความสามารถที่จะไปใช้แหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะของที่ตั้งและการเดินทาง นอกจากนั้นยังคำนึงถึงความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (เพนเซนสกาย และ โทมัส . 1981 : 127 - 140) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ท่าเลที่ตั้ง และความสะดวกในการเดินทางมาที่ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรिता วุฒิพงษ์

(2542 : 62) พบว่าลูกค้ามีความพอใจในด้านความสะดวกของสถานที่บริการ ที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้บ้าน ทั้งภายในธนาคารควรมีป้ายแนะนำการให้บริการ เป็นผลทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการใช้บริการ ทั้งยังคล่องกับงานวิจัยของ สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 11) พบว่าปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ คือ ท่าเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ไม่แออัดในการเดินทาง สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับบริการ และสถานที่จอดรถสะดวกไม่คับแคบจนเกินไป และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราณี คุณเจริญไพศาล และบัวรัตน์ ศรีนิล (2542 : 90 - 97) พบว่ากรณีร้านค้าปลีกสะดวกซื้อ ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างตอบว่าเป็นเหตุผลที่ไปซื้อที่ร้านค้าปลีกสะดวกซื้อเป็นประจำคือนโยบายผลิตภัณฑ์ บรรยากาศและเวลาการให้บริการของร้าน ท่าเลที่ตั้งสะดวกและสามารถซื้อสินค้าอื่นที่ไม่ใช่อาหารได้ ที่จอดรถ และบริการที่ดีจากผู้ขาย

1.2 ด้านความพึงพอใจที่มีต่อความสะดวกในการซื้อสินค้า นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะ มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบทำให้นักธุรกิจอิสระสามารถซื้อสินค้าได้สะดวก เพราะมีป้ายบอกตำแหน่งของสินค้า และป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีการนำเทคโนโลยีต่างๆที่ทันสมัยมาใช้อำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าให้กับผู้มาใช้บริการ รวมทั้งใบเสร็จรับเงินที่มีรายละเอียดของสินค้าและราคาบอกไว้อย่างชัดเจนอีกด้วย สิ่งเหล่านี้เป็นการบริการที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า กับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายนปัญหาของลูกค้า (กรอนรุส . 1990 : 27) ซึ่งในการดำเนินธุรกิจนั้น การให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการ และการค้นหาความต้องการ เพื่อสนองการบริการที่ถูกต้องลูกค้า นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการก็คือการสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพอใจและติดใจกลับมาใช้บริการอีกต่อ ๆ ไป (มสร . 2544 : 19 - 20) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ ความสะดวกเรียบร้อยภายในร้าน การจัดระเบียบของสินค้าและการจัดแผนผังภายในร้าน มีป้ายบอกราคาสินค้าและป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่างๆ ระดับอุณหภูมิและระบบทางระบายอากาศภายในร้าน การจัดระบบรักษาความปลอดภัยภายในร้าน มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการ วันและเวลาที่เปิดให้บริการ รวมทั้งสินค้าที่นำมาให้บริการมีความเพียงพอต่อความต้องการ นอกจากนี้ยังนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการบริการ ทำให้เกิดความชัดเจนในรายละเอียดของใบเสร็จรับเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพงศ์ ปราณีประชากรราษฎร์ (2543 : 54) ที่พบว่า ความปลอดภัยในการใช้บริการ พร้อมทั้งความสะดวก ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของธนาคาร ทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น ทั้งยังคล่องกับงานวิจัยของ นิคม สอาดเอี่ยม (2539 : 32) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจของการบริการที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าผู้ให้บริการ จะช่วยให้ลูกค้าไม่เสียเวลารอนานเกินไป ทำให้เกิดความคล่องตัวของขั้นตอนการบริการ และความรวดเร็วทันใจในการบริการ รวมทั้งปัจจัยด้านความรวดเร็วในการบริการ การกระตือรือร้นก็เป็นปัจจัยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ และยังคงคล่องกับงานวิจัยของ วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2541 : 69 - 70) พบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึงมากที่สุดคือความหลากหลายของสินค้า และปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึงมากที่สุดคือ การจัดสินค้าให้ครบวงจร คุณภาพ และความทันสมัยของสินค้า ทั้งยังอาจรวมถึงการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพในการบริการกล่าวคือบริการที่นำเสนอสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มีความเหมาะสมในระดับความสามารถบริการ ในการบำบัดความต้องการของลูกค้า และมีความเหมาะสมในระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการบริการแล้ว (วิรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ . 2543 : 14)

1.3 ด้านความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน นักธุรกิจอิสระมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พนักงานมีความเชี่ยวชาญ ความชำนาญในงาน ประกอบกับมีความขยันขันแข็ง สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งการบริการเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรี ให้ความสำคัญรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าวได้ (ศุภนิธย์ โชครัตนชัย . 2536 : 13) การให้บริการนั้นเปรียบได้กับกฎของการเก็บเกี่ยว (Law of harvest) คือถ้าเราปลูกต้นข้าวโพด เราก็จะได้รับผลคือข้าวโพด หากเราปลูกต้นถั่ว เราก็จะได้รับผลคือถั่ว ที่อาจทำให้เราสามารถนำไปเพาะเป็นต้นถั่ว ต้นข้าวโพดได้อีกมากมาย เจกเช่นเดียวกัน หากเราให้บริการด้วยความเป็นมิตร ด้วยความสุภาพ และให้บริการได้ทันใจ เราก็จะได้รับความไว้วางใจ ความเชื่อถือ การยอมรับได้ลูกค้าที่มีความจงรักภักดี ทำให้องค์กรมีความเจริญรุ่งเรือง ถือเป็นผลที่เราเก็บเกี่ยวได้ตลอดไป (มสธ. 2544 : 55 – 56 ; อ้างอิงจาก The Service Quality Institute) ซึ่งในธุรกิจบริการจึงต้องการพนักงานผู้ให้บริการมีความตั้งใจมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการหรือชนะใจลูกค้า โดยสามารถเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าด้วยบริการที่เป็นเลิศ รวมถึงสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสมหรือรวดเร็วที่สุด (दनัย เทียนพูน . 2543 : 10) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ การให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ ความเชี่ยวชาญและความชำนาญของผู้ให้บริการ การให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยของพนักงานที่ให้บริการ ความสะอาดตรงของพนักงานที่ให้บริการ การใช้น้ำเสียงและลักษณะการพูดจาที่สุภาพของพนักงานที่ให้บริการ และความขยันขันแข็งของพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 84) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด ในเรื่องของความรู้ความสามารถปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้ทุกเรื่องเป็นสิ่งที่สำคัญ ทั้งนี้เรื่องที่เกี่ยวข้องกับกริยามารยาทความมีน้ำใจขอพนักงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ การบริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน และกระตือรือร้นที่จะให้บริการลูกค้าอยู่เสมอ เป็น องค์ประกอบที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเช่นกัน ทั้งยังคล้อยกับงานวิจัยของ สุเนตร พรณดวงเนตร (2540 : 28 -29) ที่พบว่า การแต่งกาย การสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตร และมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน เป็น องค์ประกอบที่ทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมาก ทั้งยังมีองค์ประกอบที่รองลงไปคือ การเอาใจใส่ของพนักงานธนาคารต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ ซึ่งรวมถึงความสะดวกรวดเร็วและรอบรู้ในการบริการด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพงศ์ ปราณี่ประชากรราษฎร์ (2543 : 54) ที่พบว่าการแต่งกายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งยังรวมถึงความสุภาพอ่อนโยน และความรู้ความสามารถของพนักงาน ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สมชาติ กิจยรรยง (2543 : 43) ที่ว่าประเด็นที่สำคัญของคุณสมบัติการเป็นผู้ให้บริการที่ดี คือมีความรักงานบริการ รู้หน้าที่ อดทน มีธรรมาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีไหวพริบดี สามารถประสานงานได้ดีและมีน้ำใจทั้งต้งาม พร้อมทั้งมีความตั้งใจในการส่งมอบการบริการเพื่อ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ อีกทั้งยังยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีนรณ ดันไทย (2533 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยาสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยยึดจากความพึงพอใจของประชาชนพบว่า พฤติกรรมให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยามีลักษณะไม่คำนึงถึงตัวบุคคลสูง และยังการให้บริการ

แบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคลสูงมากเท่าใดยิ่งทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจมากเท่านั้นกล่าวคือ พนักงานไม่มีการเลือกปฏิบัติไม่ว่าลูกค้าจะเป็นบุคคลระดับไหนมีการบริการที่ดีสำหรับลูกค้าทุกคน

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เพศต่างกันพบว่า นักธุรกิจอิสระทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ เป็นร้านที่เปิดจำหน่ายสินค้าให้กับนักธุรกิจอิสระ และสมาชิกของ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เท่านั้น ดังนั้นทางร้านจึงไม่คำนึงถึงผู้ที่จะมาใช้บริการว่าจะเป็นเพศใด ขอเป็นเพียงนักธุรกิจอิสระ และสมาชิก ของบริษัทฯ เท่านั้น ทำให้ นักธุรกิจอิสระทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างได้รับการบริการที่เท่าเทียมกันในทุกๆด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สกล พงศ์วรทรัพย์ (2545 : 104) ที่พบว่าลูกค้าผู้ใช้บริการ ของสำนักงานบริการสาขา บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (เอไอเอส) จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของสำนักงานบริการสาขาไม่แตกต่างกัน โดยสำนักงานบริการสาขาสามารถให้บริการแก่ลูกค้าในฐานะเท่าเทียมกันทุกเพศ

2.2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อายุต่างกันพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่นักธุรกิจอิสระที่มีอายุ ตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีอายุระหว่าง 30 – 41 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักธุรกิจอิสระที่มีอายุ ตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจอิสระที่ไม่ได้ทำงานประจำ อาจเนื่องจากได้เกษียณอายุจากงานประจำแล้ว หรือมีธุรกิจเป็นของตัวเองซึ่งไม่ต้องเข้าทำงาน หรือออกจากที่ทำงาน เหมือนนักธุรกิจอิสระที่มีเวลาเข้า-ออกงานอย่างเป็นเวลา ทำให้มีเวลาในการมาใช้บริการในร้านแอมเวย์ ฟิค แอนด์ เพย์ ได้อย่างไม่รีบเร่ง ซึ่งจะตรงกันข้ามกับนักธุรกิจอิสระที่มีอายุระหว่าง 30 – 41 ปี จะอยู่ในช่วงที่กำลังสร้างฐานะ ชีวิตจะมีการรีบเร่ง มีงานประจำที่ต้องทำ ทำให้ต้องการอะไรที่รวดเร็ว จึงมีความต้องการที่จะได้รับความสะดวกในการซื้อสินค้า มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีอายุ ตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 86) ที่พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่นแตกต่างกัน โดยที่ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี และ อายุ 46 ปีขึ้นไป จะ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 16-45 ปี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจิตร กาหวงศ์ (2540 : 108) ที่พบว่า ผู้ป่วยนอกที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลมุกดาหารแตกต่างกัน โดยที่ผู้ป่วยนอกที่มีอายุ 15-24 ปี และมีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการผู้ป่วยนอก มากกว่าผู้ป่วยนอกที่มีอายุ 25-54 ปี

2.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับการศึกษาต่างกันพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสถานที่ มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มิหน้าที่การงานและระดับรายได้สูงกว่า และส่วนใหญ่จะมีพาหนะเป็นของตนเอง จึงมีความต้องการการบริการด้านสถานที่ ทั้งทางด้านที่จอดรถ ความสะดวกในการเดินทาง และทำเลที่ตั้ง มากกว่านักธุรกิจอิสระแอมเวย์ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่จะยังไม่มีพาหนะเป็นของตนเอง และจำเป็นต้องใช้ระบบขนส่งสาธารณะ อีกทั้งนักธุรกิจอิสระที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับเวลา ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ โดยมีความคาดหวังสูงที่จะได้รับการที่สะดวกรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมลมาศ ต้นสถาวิรัฐ (2545 : 91) ที่พบว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านวัตสัน ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านวัตสัน ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร มากกว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

2.4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สถานภาพสมรสต่างกันพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านการให้บริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านสถานที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่นักธุรกิจอิสระที่สมรสแล้ว มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสถานที่ มากกว่านักธุรกิจอิสระที่เป็นโสด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การที่ร้านพิก แอนด์ เพย์ มีเพียง 5 สาขา ที่จะต้อง รองรับนักธุรกิจอิสระที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งอาจครอบคลุมพื้นที่ดังกล่าวไม่เพียงพอ ดังนั้นทำให้การเดินทางมาที่ร้านพิก แอนด์ เพย์ จึงต้องใช้ระยะทางที่ค่อนข้างไกล ทำให้ระบบขนส่งสาธารณะไม่สามารถรองรับปัญหาตรงนี้ได้ โดยส่วนใหญ่ นักธุรกิจอิสระที่สมรสแล้วจะมียานพาหนะเป็นของตนเอง จึงมีทางเลือกในการเดินทางมากกว่านักธุรกิจอิสระที่ยังเป็นโสด ทำให้สะดวกในการเดินทางมากกว่า และยังสามารถซื้อสินค้ากลับไปได้คราวละมาก ๆ ถ้าใช้ยานพาหนะของตนเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไมตรี วิไลกิจ (2539 : 57) ที่พบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

2.5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพอื่นที่ทำควบคู่กันพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพอื่นที่ทำควบคู่กัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักธุรกิจอิสระส่วนใหญ่มีอาชีพหลักที่มีรายได้แน่นอนเป็นประจำอยู่แล้ว การมาเป็นนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น ซึ่งการมาทำอาชีพเสริมจึงไม่ต้องการที่จะเรียกร้องสิทธิต่าง ๆ มากมายนัก ดังนั้นไม่ว่าจะมีอาชีพอะไรจึงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไมตรี วิไลกิจ (2539 : 57) ที่พบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการ ของส่วนบริการเชคเรียกเก็บ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภา นาคนิมิตร์ (2545 : 83) ที่พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงินของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน โดยที่ กลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่นแม่บ้าน นักเล่นหุ้น มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่ากลุ่ม รัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัทเอกชน

2.6 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้บริการของพนักงานมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ด้านการให้บริการของพนักงาน มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักธุรกิจอิสระที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงนั้น นอกจากจะมีรายได้ประจำที่สูงอยู่แล้ว ยังมีรายได้จากการเป็นนักธุรกิจอิสระสูงอีกด้วย การที่มีรายได้จากตรงนี้สูงย่อมแสดงว่าต้องมาใช้บริการที่ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ บ่อยครั้ง นั้นหมายความว่าย่อมมีความคุ้นเคยกับพนักงานที่ให้บริการที่สาขาที่นักธุรกิจอิสระไปใช้บริการ เมื่อพนักงานผู้ให้บริการมีความคุ้นเคย ย่อมมีการพูดคุยและทักทายอย่างเป็นกันเอง และมักจะไม่มีสิ่งที่จะบอกว่า ณ ขณะนั้นมีการส่งเสริมการขายอะไรบ้าง ซึ่งจะทำให้ นักธุรกิจอิสระที่ได้รับการบริการเหล่านี้ย่อมมีความพึงพอใจมากกว่า นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า ที่มาใช้บริการที่ร้านแอมเวย์ไม่บ่อยครั้งนัก นอกจากนั้นอาจมีสาเหตุอื่นอีก เช่น การที่นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้สูงย่อมต้องมีอาชีพที่อยู่ในชั้นผู้บริหาร หรือมีธุรกิจเป็นของตนเอง ดังนั้นการมาใช้บริการที่ร้านแอมเวย์ ไม่จำเป็นต้องมาเฉพาะตอนเที่ยง ตอนเย็นช่วงเวลาเลิกงาน หรือเฉพาะวันเสาร์อาทิตย์ เพราะช่วงเวลานี้ จะมีผู้มาใช้บริการมาก ทำให้ต้องใช้ระยะเวลานานที่ต้องรอคอยในการเข้ารับบริการ ซึ่งนักธุรกิจอิสระที่มีรายได้น้อยกว่า ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ต้องทำงานเป็นช่วงเวลา จึงต้องมาใช้บริการที่ร้านแอมเวย์ในเวลาดังกล่าว ทำให้อาจเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานน้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภา นาคนิมิตร์ (2545 : 84) ที่พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงิน ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกันโดยที่ลูกค้า ที่มีระดับรายได้ 25,001-40,000 บาท 40,001-55,000 บาท และสูงกว่า 55,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000-25,000 บาท แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สกล พงศ์วรทรัพย์ (2545 : 106) ที่พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ 10,000 บาท หรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อการบริกา

ของสำนักงานบริการสาขา บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส (เอไอเอส) จำกัด ด้านกระบวนการดำเนินการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท

2.7 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ เป็นร้านที่ให้บริการแก่นักธุรกิจอิสระ ในการมาซื้อสินค้าเพื่อที่จะนำไปให้ผู้บริโภคโดยตรงอีกทอดหนึ่ง ซึ่งไม่ว่าจะมาใช้บริการกี่ครั้งก็ตาม สถานที่ก็ยังคงเป็นสถานที่เดิมไม่ได้มีสาขาใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นมาเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกทางด้านระยะทางมากขึ้น หรือแม้แต่ราคาสินค้าก็ไม่ได้แพงขึ้นหรือถูกลงแต่อย่างใด การบริการของพนักงานก็เช่นเดียวกัน ไม่ว่านักธุรกิจอิสระจะมาใช้บริการกี่ครั้งก็ตาม การให้บริการของพนักงานก็ยังคงบริการด้วยความรวดเร็ว รวมถึงความชำนาญของพนักงานก็ไม่ได้ลดลงเช่นกัน แม้กระทั่งวันและเวลาที่เปิดให้บริการ ก็ยังคงเหมือนเดิมทุกประการ ดังนั้นในหนึ่งเดือนไม่ว่าจะมาใช้บริการกี่ครั้ง ก็ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ แต่อย่างใด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมลมาศ ตันสถาวิรัฐ (2545 : 93) ที่พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านวัดสัน ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ย (ต่อสัปดาห์) ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการโดยรวมและรายด้านคือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความหลากหลายและคุณภาพของสินค้า ด้านการจัดโปรโมชั่น ด้านการตกแต่ง/จัดแสดงร้าน และด้านการบริการของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือระดับความพึงพอใจของลูกค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งเฉลี่ย (ต่อสัปดาห์) ของการมาใช้บริการ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพรณ จุมพลเดชาพันธ์ (2545 : 125 - 126) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการจัดงานนิทรรศการที่มีต่อศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ที่มีจำนวนครั้งของการมาใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากคุณลักษณะและเงื่อนไขของการปฏิบัติงานที่เหมือนเดิมของศูนย์การประชุมแห่งชาติ ทำให้ผู้ที่เคยใช้บริการจำนวนมากกว่ามีความพอใจต่ำกว่า

2.8 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกันพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6 – 10 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวม มากกว่านักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 1 – 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6 – 10 ปี นั้นได้ใช้บริการร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ มาเป็นเวลานาน ซึ่งก่อนหน้านี้ สาขาของร้าน ก็ยังไม่ได้มีมากถึง 5 สาขา สินค้าของร้านแอมเวย์ ก็ไม่ได้มีหลากหลายเหมือนในปัจจุบัน ยังไม่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาอำนวยความสะดวกในการให้บริการ และที่สำคัญการบริการของพนักงานก็พัฒนาในทางที่ดีขึ้นมาเรื่อย ๆ ทำให้ นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาการเป็นนักธุรกิจอิสระ 6 – 10 ปี มองเห็นการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นมาเรื่อย ๆ ของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในขณะที่การเป็นนัก

ธุรกิจอิสระเพียง 1 – 5 ปี นั้น เป็นการเริ่มต้นในการเข้ามาสู่ในธุรกิจขายตรงนี้ ซึ่งการบริการในทุกๆ ด้านค่อนข้างอยู่ตัวแล้ว ทำให้ผู้ที่เข้ามาเป็นนักธุรกิจอิสระ 1 – 5 ปี ไม่เห็นการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นของการให้บริการ จึงทำให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการน้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภา นาคนิมิตรุ่ง (2545:85) ที่พบว่าลูกค้าที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน โดยที่ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-2 ปี และ 2 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านการบริการทั่วไปมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ในสถานที่ผู้วิจัยเห็นควรเพิ่มสถานที่จอดรถให้มากกว่าที่เป็นอยู่ เนื่องจากในปัจจุบันสถานที่จอดรถค่อนข้างน้อยและคับแคบในเกือบทุกสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการจราจรในบริเวณที่จอดรถ รวมทั้งควรมีการจัดทำป้ายชื่อร้านให้ใหญ่มากยิ่งขึ้น และให้ติดตั้งอยู่ในสถานที่ที่สามารถมองเห็นได้โดยง่ายจากถนนใหญ่ เพื่อเป็นจุดสังเกตให้กับนักธุรกิจอิสระที่จะมาใช้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ เนื่องจากร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 5 สาขาจะไม่มีสาขาได้อยู่ติดถนนใหญ่ จะอยู่ในซอยเป็นส่วนใหญ่ ทำให้นักธุรกิจอิสระไม่สามารถเห็นตัวร้านได้จากถนนใหญ่

2. จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นควรให้ขยายสถานที่ภายในร้านให้กว้างขวางมากกว่าเดิม โดยเฉพาะในส่วนของที่พักรอรับบริการ ซึ่งในปัจจุบันมีขนาดแออัดคับแคบ ยิ่งในส่วนให้บริการรับสมัครและต่ออายุสมาชิกนักธุรกิจอิสระ ในบางสาขาที่มีความแออัดคับแคบอยู่แล้ว ยังมีการนำส่วนให้บริการสินค้าประเภทเครื่องสำอางไปรวมไว้ในสถานที่เดียวกันกับส่วนให้บริการรับสมัครและต่ออายุสมาชิกนักธุรกิจอิสระ ทำให้ยังมีความแออัดคับแคบมากยิ่งขึ้น อีกทั้งควรจัดให้มีห้องสุขาเพื่อบริการกับผู้มาใช้บริการอย่างเพียงพอเนื่องจากในปัจจุบันห้องสุขามีเป็นจำนวนน้อยมากในบางสาขา ซึ่งควรมีการปรับปรุงในเรื่องนี้ให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน สำหรับด้านสินค้าควรมีการจัดเตรียมสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของนักธุรกิจอิสระที่มาใช้บริการ เนื่องจากในบางช่วงสินค้าบางประเภทไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

3. จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการให้บริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นควรปรับปรุงในเรื่องของความสะดวกรวดเร็วในการชำระค่าสินค้าและบริการ ยิ่งในช่วงเวลาเย็นของวันจันทร์-วันศุกร์ ในวันหยุดราชการ และในวันสิ้นเดือนจะมีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมากทำให้เกิดความล่าช้าเป็นอย่างมากในการชำระค่าสินค้าและบริการ ควรมีการเพิ่มช่องทางและจำนวนบุคลากรให้มากขึ้นในส่วนของการชำระค่าสินค้า

ในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และลดระยะเวลาที่ต้องรอคอยในการเข้ารับบริการ ของนักธุรกิจอิสระในการชำระค่าสินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรมีการศึกษาวิจัย เรื่องความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในสาขาต่างจังหวัดทั้ง 20 สาขา เพื่อให้ครอบคลุมทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

2.ควรมีการศึกษาวิจัย ถึงความพึงพอใจของพนักงานผู้ให้บริการ ภายในร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของพนักงานผู้ให้บริการ และสามารถนำมาศึกษาเปรียบเทียบกับผลการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ได้อีกด้วย

3.ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ กับธุรกิจขายตรงของบริษัทอื่นที่มีลักษณะการดำเนินงานในลักษณะเดียวกัน เพื่อศึกษาส่วนดีส่วนเสียของแต่ละบริษัท เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาการให้บริการของธุรกิจขายตรงให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กิตตินันท์ อรรถบพ. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการสุขภาพของบางประหัน และนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- กมลศรี เตชะจำเริญสุข. (2536). *ความพึงพอใจของผู้ป่วยประกันสังคมที่มีมารับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลพุทธชินราช จังหวัดพิษณุโลก*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เวชศาสตร์ป้องกันและสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ถ่ายเอกสาร.
- กฤษณ์ เวชสาร. (2540). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แจ่มจันทร์ ณ กาฬสินธุ์. (2542). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด สาขามหาสารคาม*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตรการพิมพ์.
- “ณ จุดเริ่มต้นแห่งความสำเร็จ,” (2544). *คู่มือธุรกิจแอมเวย์ของคุณ*. กรุงเทพฯ .
- นิคม สอาดเยี่ยม. (2539). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเฉพาะกรณี สาขาซีคอนสแควร์*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น*. มหาสารคาม : โรงพิมพ์สุวิริยาสาน.
- ประภาพรณ จุมพลเดชาพันธ์. (2545). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจัดงานนิทรรศการที่มีต่อ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร.
- ปราณี คุณเจริญไพศาล และบัวรัตน์ ศรีนิล. (2542). *ปัจจัยการซื้อซ้ำในฐานะตัวบ่งชี้ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้าประเภทอาหาร : กรณีศึกษาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. รายงานการวิจัย บธ.ม. (การตลาด). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ถ่ายเอกสาร.
- ปฐมพงศ์ ปราณีประชากรราษฎร์. (2543). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุบลราชธานี*. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- ปรีชา กัมฉะยิง. (2543). *ความพึงพอใจของสมาชิกในการบริการของสหกรณ์การเกษตรโคกโพธิ์ จำกัด จังหวัดปัตตานี*. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- ปาหนัน บุญหลง. (2522, กรกฎาคม - กันยายน). “จะอยู่อย่างสุขได้อย่างไร”, *วารสารพยาบาล*. 28 (3) : 19
- ปลายฝน สุขารมย์. (2534). *สร้างบริการให้เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช หน่วยที่ 1-7. (2544). *จิตวิทยาการบริการ*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยฯ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช หน่วยที่ 8-15. (2543). *จิตวิทยาการบริการ*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยฯ.

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 8-15. (2530). **พฤติกรรมมนุษย์ในองค์กร**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยฯ.
- มณีวรรณ ต้นไทย. (2533). **พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยาต่อประชาชนผู้มาติดต่อ**. วิทยานิพนธ์ ร.ม. (บริหารรัฐกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- ไมตรี วิลกิจ. (2539). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บสำนักงานใหญ่**. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- ยุคลธร เขตพงษ์. (2544). **ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของสถานีน้ำมันบางจาก ศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดทรัพย์มั่นคง จังหวัดสมุทรสาคร**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร.
- ยุทธพงษ์ กัวยวรรณ. (2543). **พื้นฐานการวิจัย**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วีระรัตน์ กิลเลิศไพโรจน์. (2541). **การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของห้างสรรพสินค้าโดยใช้เครื่องมือประเมินคุณภาพ “SERVQUAL”**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ถ่ายเอกสาร.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพฯ : ส.ส.ท.
- วิมลมาศ ต้นสถาวิรัฐ. (2545). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านวัดสันที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร.
- วิภา นาคนิมิตรรุ่ง. (2545). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร.
- วิโรจน์ สัตยสันต์สกุล. (2538). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรภายหลังจากปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ ศึกษาเฉพาะกรณี จังหวัดฉะเชิงเทรา**. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- ศรัทธา วุฒิพงษ์. (2542). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันดี อำเภอดงหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช**. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2537). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : บริษัท ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ : บ้านเสรีรัตน์
- ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ. (2544). **การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย**. กรุงเทพฯ : บริษัท

บุญศิริการพิมพ์ จำกัด.

- ศุภนิตย์ โชครัตนชัย. (2536). *การบริหารการบริการสู่ความเป็นเลิศ ในหนังสือที่ระลึกประจำปี เล่มที่ 10 เรื่องการบริหารการบริการ.พัฒนาคนอย่างไรเพื่อให้บริการที่ดี*. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.
- ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์. (2536). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าสหบท รพช. จังหวัดอุดรธานี*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาศักดิ์). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- สกล พงศ์วรทรัพย์. (2545). *พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการบริการของ สำนักงานสาขา บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (เอไอเอส) จำกัด (มหาชน) ในเขต กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร.
- สมจิตร์ กาหาวงศ์. (2540). *ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อการให้บริการของโรงพยาบาลมุกดาหาร*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ถ่ายเอกสาร.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ)*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ถ่ายเอกสาร.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2543). *ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า*. กรุงเทพฯ : ธีระป้อมวรรณกรรม
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). *สร้างบริการ สร้างความประทับใจ*. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด
- สุนทร พรรณดวงเนตร. (2540). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงินของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM. : ศึกษากรณี สาขาอุบลราชธานี*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาศักดิ์). อุบลราชธานี : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ถ่ายเอกสาร.
- อารี เพชรผุด. (2529). *จิตวิทยาอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดพันธ์พิบบลิซซิ่ง.
- Anderson, E.W. and Fornell, C. (1994). *A Customer Satisfaction Research Prospectus*. In R.T. Rust and R.L. Oliver (Eds.), *Service Quality : New Directions in Theory and Practice* . London : Sage Publications.
- Applewhite, P.B. (1965). *Organization Behavior*. New Jersey : Englewood Cliffs, Prentice-Hall Inc.
- Cranny, C.J., Smith P.C. and Stone, E.F. (1992). *Job Satisfaction : How People Feel about Their Jobs and How It Affects Their Performance*. New York : Lexington Books.
- Davis, M.K. (1974, November-December). "Intrarole Conflict and Job Satisfaction on Psychiatric Unit", *Nursing Research*. 23 : 98-99.
- Gronroos, (1992). C., *Service management : A management focus for service competition*.
- Gronroos, (1990). *Christian Service Management and Marketing*. Lexington, MA : Lexington Books.
- Kotler, Peter. (1988). *Marketing Management*. 6thed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

- Locke, E.A. (1976). ***The Nature and Causes of job Satisfaction***. In M.D. Dunnette (Ed.), Handbook of Industrial and Organizational Psychology. Chicago : Rand McNally.
- Lehtinen, J. (1983). ***Customer – Oriented Service Firm***. Espoo, Finland : Weilin+Goos.
- Millett, John D. (1954). ***Management in the public Service : The Best for Effective Performance***. New York : Mc Graw-Hill Book Co., Inc.
- Oliver, R.L. (1980, August). "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", ***Journal of Marketing Research***. 17 : 460-469.
- Porter, L.W., Lawler, E.E. and Hackman, J.R. (1975). ***Behavior in Organizations***. New York : McGraw-Hill.
- Penchansky, Roy and Tomas William J. (1981, February). "The Concep of Access Definition and Relationship to Consumer Satisfaction", ***Medication Care***. 19 : 127-140.
- Tarro Yamane. (1970). ***Statistics-An Introductory Analysis***. Tokyo : John Weatherhill, Inc.
- Wolman, Benjamin B. (1973). ***Dictionary of Behavioral Science***. Van Nostrand : Reinheld Company.
- www.amway.co.th

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ
ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

โครงการปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

15 สิงหาคม 2545

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้วยข้าพเจ้า นางเพทาย ศรีกาฬสินธุ์ นักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA.) สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำลังศึกษาค้นคว้าเพื่อทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

จึงเรียนมาเพื่อขออนุเคราะห์จากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาและขอเรียนว่า การตอบแบบสอบถามครั้งนี้ จะไม่มีผลกระทบกระเทือนต่อท่านแต่ประการใด รวมทั้งจะนำเสนอผลการศึกษาในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามนี้มี 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและภูมิหลังของนักธุรกิจอิสระ ของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ของ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางเพทาย ศรีกาฬสินธุ์)

ผู้วิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
ความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระ ที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและภูมิหลังของนักธุรกิจอิสระ ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

คำชี้แจง กรุณาเครื่องหมาย ☒ ลงใน () ที่กำหนด ให้ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() 18-29 ปี

() 30-41 ปี

() 42-53 ปี

() 54 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพสมรส

() โสด

() สมรส

() หม้าย /หย่าร้าง

5. อาชีพอื่นที่ทำควบคู่

() รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

() พนักงานบริษัทเอกชน

() นักศึกษา

() ไม่ได้ทำอาชีพอื่นควบคู่ เป็นนักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างเดียว

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

() 10,001 – 25,000 บาท

() 25,001 – 40,000 บาท

() 40,001 บาทขึ้นไป

7. จำนวนครั้งของการมาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน

() น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน

() 1 ครั้ง / เดือน

() 2-3 ครั้ง / เดือน

() 4-5 ครั้ง / เดือน

() มากกว่า 5 ครั้ง / เดือน

8. ระยะเวลาของการเป็นนักธุรกิจอิสระ

() 0 - 5 ปี

() 6 - 10 ปี

() 11 - 15 ปี

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการให้บริการ ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวและ
กรุณาตอบคำถามทุกข้อ

ข้อที่	ข้อคำถาม	ความ พึง พอใจ มาก ที่สุด	ความ พึง พอใจ มาก	ความ พึง พอใจ ปาน กลาง	ความ พึง พอใจ น้อย	ความ พึง พอใจ น้อย ที่สุด
ด้านสถานที่						
1.	ทำเลที่ตั้งของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์					
2.	สามารถหาตำแหน่งที่ตั้งของร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์ได้ง่าย					
3.	ความเพียงพอของที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการ					
4.	ความสะดวกในการเดินทางมาที่ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์					
5.	ความสะดวกของระบบขนส่งสาธารณะในการเดินทางมาที่ร้านแอมเวย์ พิค แอนด์ เพย์					
ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า						
6.	ความสะอาดเรียบร้อยภายในร้าน					
7.	ความสะดวกสบายของที่พักรอรับบริการ					
8.	ความกว้างขวางของสถานที่					
9.	การจัดระเบียบของชั้นวาง และการจัดแผนผังภายในร้าน					
10.	การจัดวางสินค้าภายในร้าน					
11.	ป้ายบอกราคาของสินค้า					
12.	ป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่าง ๆ					
13.	ความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ใช้ช่วยในการบริการ					
14.	ความชัดเจนในรายละเอียดของใบเสร็จรับเงิน					
15.	ระดับอุณหภูมิภายในร้าน					
16.	ระบบทางระบายอากาศภายในร้าน					
17.	การจัดระบบรักษาความปลอดภัยภายในร้าน					
18.	ความเพียงพอของสินค้าที่นำมาให้บริการ					
19.	การให้บริการที่เก็บของให้กับผู้มาใช้บริการ					

ข้อที่	ข้อความ	ความ พึง พอใจ มาก ที่สุด	ความ พึง พอใจ มาก	ความ พึง พอใจ ปาน กลาง	ความ พึง พอใจ น้อย	ความ พึง พอใจ น้อย ที่สุด
20.	การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าให้กับผู้ มาใช้บริการ ได้แก่ ตะกร้า , รถเข็น					
21	การจัดเตรียมห้องสุขาให้กับผู้มาใช้บริการ					
22	วันและเวลาที่เปิดให้บริการ					
ด้านการให้บริการของพนักงาน						
23.	การให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว					
24.	ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ					
25.	ความเชี่ยวชาญและความชำนาญของผู้ให้บริการ					
26.	การให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน					
27.	การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยของพนักงานที่ ให้บริการ					
28.	ความซื่อตรงของพนักงานที่ให้บริการ					
29.	การใช้น้ำเสียงและลักษณะการพูดจาที่สุภาพขอ พนักงานที่ให้บริการ					
30.	ความขยันขันแข็งของพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่					
31.	ระยะเวลาที่ต้องรอคอยในการเข้ารับบริการ					

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์

อาจารย์ประจำภาควิชาบริการธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ

อาจารย์ประจำภาควิชาบริการธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ลำสัน เลิศกุลประหยัด

อาจารย์ประจำภาควิชาบริการธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางเพทาย ศรีภาพสินธุ์
วันเดือนปีเกิด	15 สิงหาคม 2508
สถานที่เกิด	จังหวัดเพชรบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	61/11 หมู่บ้านโรยัล ปาร์ค วิลล์ โครงการ 3 ซอย 2 ถนนสุวินทวงศ์ แขวงลำผักชี เขตหนองจอก กรุงเทพฯ 10530
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	สมุห์บัญชี
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ศรีวิกรม์ กรุ๊ป โฮลดิ้ง จำกัด 973 อาคารเพรสิเด็นท์โฮเต็ลและทาวเวอร์ ชั้น 6 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2529	วิทยาลัยพาณิชยการธนบุรี กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2531	บัญชีบัณฑิต
	มหาวิทยาลัยพายัพ จ. เชียงใหม่
พ.ศ. 2545	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (วิชาเอกการจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ