

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัททักษะเพื่อเฟคท์ พรีเมียมท์เทชั่น เอเจนซี จำกัด สาขาเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการ และหลังรับบริการ จากบริษัท ทักษะเพื่อเฟคท์ พรีเมียมท์เทชั่น เอเจนซี จำกัด และเพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการของลูกค้าจากบริษัท ทักษะเพื่อเฟคท์ พรีเมียมท์เทชั่น เอเจนซี จำกัด แบ่งผลการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงาน งบประมาณการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางการตลาด ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯ ช่องทางที่ทำให้ลูกค้ารู้จักกับทางบริษัทฯ ความถี่ในการใช้บริการกับทางบริษัทฯ มูลค่าที่เคยใช้บริการกับทางบริษัทฯ การเคยใช้บริการกับบริษัท โฆษณารายอื่น และ การใช้บริการกับทางบริษัทฯ ในครั้งต่อไป (ตารางที่ 1 - 12)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทฯ ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการและหลังรับบริการ (ตารางที่ 13 - 16)

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทฯ ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการและหลังรับบริการ จำแนกตามประเภทขององค์การ ระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯ และงบประมาณที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ (ตารางที่ 17 - 26)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของบริษัทฯ (ตารางที่ 27)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	80	53.30
ชาย	70	46.70
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงเป็นร้อยละ 53.30 และเป็นเพศชายร้อยละ 46.70

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 29 ปี	41	27.30
30 – 39 ปี	58	38.70
40 – 49 ปี	38	25.30
50 ปีขึ้นไป	13	8.70
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 30 – 39 ปี ร้อยละ 38.70 รองลงมา มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี ร้อยละ 27.30

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า	0	0.00
อนุปริญญา/ ปวส. หรือ เทียบเท่า	2	1.30
ปริญญาตรี	115	76.70
สูงกว่าปริญญาตรี	33	22.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 76.70 และรองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 22.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	40	26.70
ผู้จัดการ	43	28.60
พนักงานฝ่ายการตลาด	28	18.70
พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์	27	18.00
อื่นๆ (ระบุ)*	12	8.00
รวม	150	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายจัดซื้อ

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งงานอยู่ในระดับผู้จัดการ ร้อยละ 28.60 รองลงมาคือตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 26.70

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณต่อปีของ
องค์กรในการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาด

งบประมาณต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	83	55.30
1,000,001 – 3,000,000 บาท	23	15.30
3,000,001 – 5,000,000 บาท	23	15.30
5,000,001 – 7,000,000 บาท	7	4.70
มากกว่า 7,000,000 บาท	14	9.30
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีงบประมาณต่อปีขององค์กรใน
การทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาดต่ำกว่า 1,000,000 บาท ร้อยละ 55.30
รองลงมามีงบประมาณ 1,000,001 – 3,000,000 บาท และ 3,000,001 – 5,000,000 บาทเท่ากัน คือ
ร้อยละ 15.30

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทองค์กร

ประเภทองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
หน่วยงานราชการ	16	10.70
บริษัทเอกชน	111	74.00
เอเจนซีโฆษณา	14	9.30
อื่นๆ	9	6.00
รวม	150	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ร้านสปา โครงการหมู่บ้านจัดสรร

จากตารางที่ 6 พบว่า องค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชน ร้อย
ละ 74.00 รองลงมาเป็นหน่วยงานราชการ ร้อยละ 10.70

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯ

ระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	47	31.30
1 – 2 ปี	58	38.70
3 ปีขึ้นไป	45	30.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯระหว่าง 1 – 2 ปี ร้อยละ 38.70 รองลงมา น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 31.30

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทาง/สื่อที่ทำให้รู้จักกับทางบริษัทฯ

ช่องทาง/สื่อที่ทำให้รู้จักบริษัทฯ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายโฆษณา	67	44.70
เว็บไซต์ (Web site)	19	12.70
นิตยสาร (magazine)	10	6.60
หนังสือพิมพ์	0	0.00
มีผู้แนะนำ	54	36.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จักกับทาง บริษัทฯ จากสื่อป้ายโฆษณาร้อยละ 44.70 รองลงมา มีผู้แนะนำ ร้อยละ 36.00

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม บริการที่เคยใช้กับทางบริษัทต่างๆ

บริการที่เคยใช้กับทางบริษัทฯ	จำนวน	ร้อยละ
งานป้ายขนาดเล็ก	110	73.33
สื่อสิ่งพิมพ์	73	48.67
ติดต่อพิธีกรและ Presenter	58	38.67
งานอีเว้นท์ (กิจกรรมส่งเสริมการขาย)	58	38.67
งานป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	54	36.00
อื่นๆ	37	24.67
ผลิตโฆษณาเพื่อออกสื่อวิทยุ	28	18.67
ถ่ายทำตัดต่อ VDO (Presentation)	10	6.67
บริหารพนักงานส่งเสริมการขาย(PG)	8	5.33

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ รถแห่ งานออกแบบ

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n=150)

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยใช้บริการทางด้านงานป้ายขนาดเล็ก กับทางบริษัทฯ ร้อยละ 73.33 รองลงมา ทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 48.67

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมูลค่าที่ใช้บริการในปี 2550 กับบริษัทฯ

มูลค่าที่ใช้บริการในปี 2550	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	48	32.00
100,001 – 200,000 บาท	35	23.30
200,001 – 300,000 บาท	31	20.70
300,001 – 400,000 บาท	12	8.00
มากกว่า 400,000 บาทขึ้นไป	24	16.10
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยใช้บริการกับทางบริษัทฯ ในปี 2550 มีมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 32.00 รองลงมา ระหว่าง 100,001 – 200,000 บาท ร้อยละ 23.30

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการกับบริษัท โฆษณาอื่น

การใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้บริการกับบริษัทโฆษณาคอื่น	64	42.70
ไม่เคย	86	57.30
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการกับบริษัท โฆษณาอื่น ร้อยละ 57.30 และเคยใช้ กับบริษัท โฆษณาอื่น ร้อยละ 42.70

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการใช้บริการกับทางบริษัทฯ ในอนาคต

ความต้องการใช้บริการกับทางบริษัทฯ ในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	133	88.70
ไม่ใช่	4	2.60
ไม่แน่ใจ	13	8.70
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะใช้บริการกับทางบริษัทฯ ในอนาคตมากที่สุด ร้อยละ 88.70 รองลงมา ไม่แน่ใจ 13 รายหรือร้อยละ 8.70 ในจำนวนนี้มี 7 รายไม่ใช้บริการเนื่องจากขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กร และ 6 รายแล้วแต่งบประมาณขององค์กร

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บริษัททักษะเพื่อเฟ้คท์ พรีเมนท์เทชั่น
เอเจนซี่ จำกัด ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการและหลังรับบริการ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ
ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ

ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ชื่อเสียงของบริษัท	0 (0.0)	19 (12.7)	87 (58.0)	43 (28.7)	1 (0.7)	2.86 (ปานกลาง)
การมีส่วนร่วมกับสังคมของทาง บริษัทฯ	0 (0.0)	5 (3.3)	25 (16.7)	62 (41.3)	58 (38.7)	1.85 (น้อย)
ความไว้วางใจต่อการทำงานของ บริษัทฯ	0 (0.0)	38 (25.3)	107 (71.3)	5 (3.3)	0 (0.0)	3.22 (ปานกลาง)
ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน	7 (4.7)	62 (41.3)	77 (51.3)	4 (2.7)	0 (0.0)	3.48 (ปานกลาง)
การคิดราคาค่าบริการ	3 (2.0)	29 (19.3)	96 (64.0)	22 (14.7)	0 (0.0)	3.09 (ปานกลาง)
ความแปลกใหม่ของบริการมา นำเสนอ	4 (2.7)	18 (12.0)	76 (50.7)	50 (33.3)	2 (1.3)	2.81 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.88 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับ
บริการ โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริษัทน้อยด้าน ความชัดเจนของสัญญาการ
ทำงาน ความไว้วางใจต่อการทำงานของบริษัทฯ การคิดราคาค่าบริการ ชื่อเสียงของบริษัทฯ และ
ความแปลกใหม่ของบริการที่นำเสนอในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยน้อยด้าน การมีส่วนร่วมกับ
สังคมของทางบริษัทฯ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ

ปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การรายงานผลการดำเนินงาน	1 (0.7)	38 (25.3)	80 (53.3)	30 (20.0)	1 (0.7)	3.05 (ปานกลาง)
ความครบถ้วนของการชี้แจงอธิบายรายละเอียดของงาน(ครบทุกขั้นตอน)	10 (6.7)	78 (52.0)	48 (32.0)	12 (8.0)	2 (1.3)	3.55 (มาก)
ความรวดเร็วของการให้บริการ	15 (10.0)	52 (34.7)	68 (45.3)	15 (10.0)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	11 (4.2)	64 (42.7)	67 (44.7)	7 (4.7)	1 (0.7)	3.51 (มาก)
ความเต็มใจและขี้มั่นใจของผู้ให้บริการ	27 (18.0)	65 (43.3)	53 (35.3)	4 (2.7)	1 (0.7)	3.75 (มาก)
บุคลิกดี ความน่าเชื่อถือ ความนอบน้อมของผู้ให้บริการ	39 (26.0)	93 (62.0)	16 (10.7)	2 (1.3)	0 (0.0)	4.13 (มาก)
การติดต่อกับลูกค้าเพื่อการติดตามงานอย่างต่อเนื่อง	8 (5.3)	52 (34.7)	67 (44.7)	23 (15.3)	0 (0.0)	3.30 (ปานกลาง)
ความระมัดระวังในการทำงาน	3 (2.0)	35 (23.3)	95 (63.3)	17 (11.3)	0 (0.0)	3.16 (ปานกลาง)
ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการ	49 (32.7)	90 (60.0)	11 (7.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.25 (มาก)
	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)					3.57 (มาก)

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการ บุคลิกดี ความน่าเชื่อถือ ความนอบน้อมของผู้ให้บริการ ความเต็มใจและขี้มั่นใจของผู้ให้บริการ ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน

ความรวดเร็วของการให้บริการ ความระมัดระวังในการทำงาน การติดต่อกับลูกค้าเพื่อติดตามงานอย่างต่อเนื่อง และการรายงานผลการทำงานขณะทำงาน ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการ

ปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด	7 (4.7)	34 (22.7)	70 (46.7)	35 (23.3)	4 (2.7)	3.03 (ปานกลาง)
ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับจากบริษัทฯ ครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้	14 (9.3)	82 (54.7)	35 (23.3)	19 (12.7)	0 (0.0)	3.61 (มาก)
ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการของทางบริษัทฯ	6 (4.0)	81 (54.0)	54 (36.0)	9 (6.0)	0 (0.0)	3.56 (มาก)
การปฏิบัติตามคำร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อได้รับข้อร้องเรียนและได้รับการแก้ไขตามข้อร้องเรียน	8 (5.3)	66 (44.4)	66 (44.4)	8 (5.3)	2 (1.3)	3.47 (ปานกลาง)
ผลงานที่ได้รับความคุ้มค่าเงิน หรือ ค่าใช้จ่าย	2 (1.3)	74 (49.3)	71 (47.3)	3 (2.0)	0 (0.0)	3.50 (มาก)
การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า	15 (10.0)	34 (22.7)	60 (40.0)	24 (16.0)	17 (11.3)	3.04 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.37 ปานกลาง

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการ โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับจากบริษัทฯ ครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้ ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการ ผลงานที่ได้รับความสะดวกคุ้มค่าเงิน หรือ ค่าใช้จ่าย ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน การปฏิบัติตามคำร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อได้รับข้อร้องเรียนและได้รับการแก้ไขตามข้อร้องเรียน การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประกอบทางการบริการ

ปัจจัยส่วนประกอบทางการบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ	2.88 (ปานกลาง)
ปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ	3.57 (มาก)
ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ	3.37 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ ปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการ โดยรวมในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจโดยรวมต่อ ปัจจัยที่มีผลระหว่างการรับบริการในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัททักษะเพื่อฝึก พรินเซนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการและหลังรับบริการ จำแนกตามประเภทขององค์กร ระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯ และงบประมาณที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลก่อนใช้ บริการ จำแนกตาม ประเภทองค์กรของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ	ประเภทองค์กรของผู้ใช้บริการ			
	หน่วยงานราชการ	บริษัทเอกชน	เอเจนซี่โฆษณา	อื่นๆ*
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของบริษัท	2.62 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
การมีส่วนร่วมกับสังคมของทางบริษัทฯ	1.81 (น้อย)	1.82 (น้อย)	1.79 (น้อย)	2.33 (ปานกลาง)
ความไว้วางใจต่อการทำงานของบริษัทฯ	3.06 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน	3.31 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
การคิดราคาค่าบริการ	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความแปลกใหม่ของบริการนำเสนอ	3.00 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.80 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)

* หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ร้านอาหาร, โครงการบ้านจัดสรร

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในองค์กรทุกประเภท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรทุกประเภท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน โดยบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และเอเจนซี่โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.31) และองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า และโครงการบ้านจัดสรร (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์การทุกประเภทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ในปัจจัยย่อยด้านการมีส่วนร่วมกับสังคมของทางบริษัทฯ ซึ่งหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 1.81) บริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 1.82) และเอเจนซีโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 1.79) มีความพึงพอใจในระดับน้อย ยกเว้นองค์การอื่นๆ ได้แก่ สป่า โครงการบ้านจัดสรร (ค่าเฉลี่ย 2.33) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ จำแนกตาม ประเภทองค์การของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ	ประเภทองค์การของผู้ใช้บริการ			
	หน่วยงานราชการ	บริษัทเอกชน	เอเจนซีโฆษณา	อื่นๆ*
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน	2.94 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ความครบถ้วนของการชี้แจงอธิบายรายละเอียดของงาน(ครบทุกขั้นตอน)	3.38 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วของการให้บริการ	3.69 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)
ความเต็มใจและขี้มเข้มแถมใส่ของผู้ให้บริการ	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
บุคลิกดี ความเป็นมืออาชีพ ความนอบน้อมของผู้ให้บริการ	4.06 (มาก)	4.23 (มาก)	3.57 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
การติดต่อกับลูกค้าเพื่อการติดตามงานอย่างต่อเนื่อง	3.44 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ความระมัดระวังในการทำงาน	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการ	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.19 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรต่างๆเกือบทุกประเภท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ โดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในระดับ มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรทุกประเภทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการ โดยหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) บริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.30) เอเจนซี่โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 4.07) และองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า โครงการบ้านจัดสรร (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีความพึงพอใจระดับมาก รวมถึงองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า โครงการบ้านจัดสรร ยังมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.89) ในปัจจัยย่อยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการอีกด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกประเภท องค์กร มีความพึงพอใจต่ำสุดใน ปัจจัยย่อยด้านการรายงานผลการทำงานขณะทำงาน โดยหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 2.94) บริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.09) และเอเจนซี่โฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.86) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า โครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้านบุคลิกดี ความน่าเชื่อถือ ความนอบน้อมของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการจำแนกตาม ประเภทองค์การของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ	ประเภทองค์การของผู้ใช้บริการ			
	หน่วยงานราชการ	บริษัทเอกชน	เอเจนซีโฆษณา	อื่นๆ*
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด	2.81 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับจาก บริษัทฯ ครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้	3.75 (มาก)	3.61 (มาก)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการ ให้บริการของทางบริษัทฯ	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)
การปฏิบัติตามคำร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อ ได้รับข้อร้องเรียนและได้รับการแก้ไขตาม ข้อร้องเรียน	3.31 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	2.86 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ผลงานที่ได้รับความคุ้มค่าเงิน หรือ ค่าใช้จ่าย	3.25 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า	2.62 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	1.93 (น้อย)	3.33 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.23 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)

*หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ร้านสปา โครงการบ้านจัดสรร

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรต่างๆทุกประเภท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการโดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรทุกประเภทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้านความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้ โดยหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) บริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.61) เอเจนซีโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีความพึงพอใจในระดับมาก และองค์กรอื่นๆได้แก่ สปา โครงการบ้านจัดสรร (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรที่เป็นหน่วยงานราชการและเอเจนซีโฆษณามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 2.62) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเอเจนซีโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 1.93) มีความพึง

พอใจในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.06) และหน่วยงานอื่นๆ ได้แก่ สป่าและโครงการบ้านจัดสรร (ค่าเฉลี่ย 3.11) มีความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้านการส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ จำแนกตาม ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ

ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ	ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 2 ปี	3 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของบริษัท	2.81 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
การมีส่วนร่วมกับสังคมของทางบริษัทฯ	1.62 (น้อย)	1.91 (น้อย)	2.00 (น้อย)
ความไว้วางใจต่อการทำงานของบริษัทฯ	3.19 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน	3.49 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
การคิดราคาค่าบริการ	3.15 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ความแปลกใหม่ของบริการมานำเสนอ	2.68 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.82 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ ทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ โดยรวม ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯทุกช่วงระยะเวลามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ 1-2 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้า 3 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ ทุกช่วงระยะเวลามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ โดยผู้ที่เป็นลูกค้าน้อยกว่า 1 ปี (ค่าเฉลี่ย 1.62) 1-2 ปี (ค่าเฉลี่ย 1.91) และ 3 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 2.00) มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ

ปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ	ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 2 ปี	3 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน	2.98 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ความครบถ้วนของการชี้แจงอธิบายรายละเอียดของงาน(ครบทุกขั้นตอน)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)
ความรวดเร็วของการให้บริการ	3.49 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.55 (มาก)	3.57 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
ความเต็มใจและข้มแข็งใส่ใจของผู้ให้บริการ	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.53 (มาก)
บุคลิกดี ความน่าเชื่อถือ ความนอบน้อมของผู้ให้บริการ	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)
การติดต่อกับลูกค้าเพื่อการติดตามงานอย่างต่อเนื่อง	3.19 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ความระมัดระวังในการทำงาน	3.13 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการ	4.32 (มาก)	4.17 (มาก)	4.29 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.56 (มาก)	3.61 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ ทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการโดยรวม ในระดับ มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯทุกช่วงระยะเวลามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการ โดยผู้ที่เป็นลูกค้าน้อยกว่า 1 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.32) 1-2 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ 3 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯทุกช่วงระยะเวลามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน การรายงานผลการดำเนินงานขณะทำงาน โดยผู้ที่เป็นลูกค้าน้อยกว่า 1ปี (ค่าเฉลี่ย 2.98) 1-2 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.05) และ 3ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.13) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ จำแนกตาม ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ

ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ	ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 2 ปี	3 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด	3.00 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับจากบริษัทฯ ครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้	3.38 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.80 (มาก)
ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการของทางบริษัทฯ	3.45 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.60 (มาก)
การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อได้รับข้อร้องเรียนและได้รับการแก้ไขตามข้อร้องเรียน	3.28 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ผลงานที่ได้รับความคุ้มค่าเงิน หรือค่าใช้จ่าย	3.47 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า	2.80 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.23 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้ำของบริษัทฯน้อยกว่า 1 ปีและ 1-2 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ โดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้ำบริษัทฯ 3 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงระยะเวลาที่เป็นลูกค้ำของบริษัทฯมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในปัจจัยย่อยด้าน ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับจากบริษัทฯครบถ้วนตามที่สัญญาไว้โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้ำของบริษัทฯในช่วงระยะเวลา 1-2 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ 3 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้ำน้อยกว่า 1 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในปัจจัยย่อยด้าน ผลงานที่ได้รับความคุ้มค่าเงิน หรือ ค่าใช้จ่ายในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงระยะเวลาที่เป็นลูกค้ำของบริษัทฯมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อย ด้าน การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ำ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้ำของบริษัทฯในช่วงระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.80) และ 1-2 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.97) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้ำ 3 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ จำแนกตาม มูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ ในปี 2550

ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ	มูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ (บาท)				
	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 – 200,000 บาท	200,001 – 300,000 บาท	300,001 – 400,000 บาท	มากกว่า 400,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของบริษัท	2.75 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
การมีส่วนร่วมกับสังคมของทางบริษัทฯ	1.71 (น้อย)	1.74 (น้อย)	2.10 (น้อย)	1.83 (น้อย)	1.96 (น้อย)
ความไว้วางใจต่อการทำงานของบริษัทฯ	3.23 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน	3.48 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)
การคิดราคาค่าบริการ	3.15 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.90 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ความแปลกใหม่ของบริการนำเสนอ	2.75 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.68 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ ไม่ว่าจะมูลค่าเท่าใด มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกๆมูลค่าที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่า 300,001-400,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ 400,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีความพึงพอใจในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.48) และ 100,001-200,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าตั้งแต่ 200,001-300,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการคิดราคาค่าบริการ ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกๆมูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้านการมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ

มูลค่า ไม่เกิน 100,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 1.71) 100,001-200,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 1.74) 200,001-300,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.10) 300,001-400,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 1.83) และ 400,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 1.96) มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ จำแนกตาม มูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ

ปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ	มูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ (บาท)				
	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 – 200,000 บาท	200,001 – 300,000 บาท	300,001 – 400,000 บาท	มากกว่า 400,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การรายงานผลการดำเนินงานขณะทำงาน	2.94 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ความครบถ้วนของการชี้แจงอธิบายรายละเอียดของงาน(ครบทุกขั้นตอน)	3.44 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)
ความรวดเร็วของการให้บริการ	3.54 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.76 (มาก)
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.52 (มาก)	3.54 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)
ความเต็มใจและขี้มเข้มแถมใส่ของผู้ให้บริการ	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	3.58 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)
บุคลิกดี ความน่าเชื่อถือ ความนอบน้อมของผู้ให้บริการ	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)	3.97 (มาก)	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)
การติดต่อกับลูกค้าเพื่อการติดตามงานอย่างต่อเนื่อง	3.25 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)
ความระมัดระวังในการทำงาน	3.08 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการ	4.15 (มาก)	4.34 (มาก)	4.35 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.54 (มาก)	3.61 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 -200,000 บาท 300,001-400,000 และ 400,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ

โดยรวมในระดับ มาก ส่วน ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการมูลค่าระหว่าง 200,001 – 300,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มค่าที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อย ด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญและความสามารถของผู้ให้บริการ บุคลิกดี ความน่าเชื่อถือ ความนอบน้อมของผู้ให้บริการ และความเต็มใจยิ้มแย้มแจ่มใสของผู้ให้บริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.15) 100,001-200,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.34) 200,001-300,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.35) 300,001-400,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ 400,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้านการรายงานผลการดำเนินงานขณะทำงาน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.94) 100,001-200,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.03) 200,001-300,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.97) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่า 300,001-400,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.08) 400,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อย ด้าน ความระมัดระวังในการทำงาน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ จำแนกตาม มูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ

ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ	มูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ (บาท)				
	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 – 200,000 บาท	200,001 – 300,000 บาท	300,001 – 400,000 บาท	มากกว่า 400,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด	3.06 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับจาก บริษัทฯ ครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้	3.46 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการ ให้บริการของทางบริษัทฯ	3.52 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)
การปฏิบัติตามคำร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อ ได้รับข้อร้องเรียนและได้รับการแก้ไข ตามข้อร้องเรียน	3.29 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.83 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
ผลงานที่ได้รับ ความคุ้มค่าเงิน หรือ ค่าใช้จ่าย	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)
การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า	3.00 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	3.97 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.30 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ ไม่ว่าจะมูลค่าเท่าใด มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการกับทางบริษัทฯ ที่มีมูลค่าระหว่าง 300,001 – 400,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.52) มีความพึงพอใจในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าระหว่าง 100,001-200,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้ ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าระหว่าง 200,001-300,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการรักษาความสัมพันธ์กับ

ลูกค้าในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าระหว่าง 300,001-400,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการปฏิบัติต่อคำร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อได้รับข้อร้องเรียนและได้รับการแก้ไขตามข้อร้องเรียน มีความพึงพอใจในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าตั้งแต่ 400,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ในปัจจัยย่อยด้าน ด้านการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.00) 100,001-200,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.69) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่า ระหว่าง 200,001-300,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.10) 400,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.08) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนดในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าระหว่าง 300,001-400,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.67) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 ตารางสรุป ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจัยที่มีผล ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการ และหลังรับบริการ จำแนกตามประเภทองค์กร ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ และ มูลค่าที่ใช้บริการ

	ปัจจัยที่มีผล ก่อนรับบริการ	ปัจจัยที่มีผล ระหว่างรับบริการ	ปัจจัยที่มีผล หลังรับบริการ
	ปัจจัยย่อย / ระดับ	ปัจจัยย่อย / ระดับ	ปัจจัยย่อย / ระดับ
ประเภทองค์กร - หน่วยงานราชการ - บริษัทเอกชน - เอเจนซีโฆษณา - หน่วยงานอื่นๆ	- การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย) - การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย) - การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย) - การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (ปานกลาง)	- การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน (ปานกลาง) - การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน (ปานกลาง) - การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน (ปานกลาง) - นวัตกรรม ความน่าเชื่อถือ ความมอบน้อม (ปานกลาง)	- การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (ปานกลาง) - การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด (ปานกลาง) - การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (น้อย) - การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด (ปานกลาง)
ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ - น้อยกว่า 1 ปี - 1-2 ปี - 3 ปีขึ้นไป	- การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย) - การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย) - การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย)	- การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน (ปานกลาง) - การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน (ปานกลาง) - การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน (ปานกลาง)	- การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (ปานกลาง) - การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (ปานกลาง) - การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด (ปานกลาง)
มูลค่าที่ใช้บริการจากทางบริษัทฯ - ไม่เกิน 100,000 บาท - 100,001-200,000 บาท - 200,001-300,000 บาท - 300,001-400,000 บาท - 400,000 บาทขึ้นไป	- การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย) - การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย) - การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย) - การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย) - การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ (น้อย)	- การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน (ปานกลาง) - การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน (ปานกลาง) - การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน (ปานกลาง) - ความระมัดระวังในการทำงาน (ปานกลาง) - ความระมัดระวังในการทำงาน (ปานกลาง)	- การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (ปานกลาง) - การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (ปานกลาง) - การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด (ปานกลาง) - ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับครบถ้วน (ปานกลาง) - การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด (ปานกลาง)

ส่วนที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการพบปัญหาในการใช้บริการและข้อเสนอแนะในการใช้บริการจากบริษัท ฯ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บริการจากบริษัท ฯ

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ส่งงานล่าช้ากว่ากำหนด	98	65.3
ชื่อเสียงของบริษัทไม่เป็นที่รู้จัก	93	62.0
การออกแบบงานไม่ทันสมัย	58	38.7
คุณภาพของผลงานไม่มีความสม่ำเสมอ	57	38.0
ผลงานที่ได้รับผิดรูปแบบ (ผิดสเปก) หรือไม่เป็นไปตามสัญญา	51	34.0
การคิดค่าบริการแพงกว่าความเป็นจริงไม่สมเหตุสมผล	23	15.3
การปฏิบัติงานของผู้ให้บริการไม่มีความยืดหยุ่น	20	13.3
ไม่มีการชี้แจงรายละเอียดของงานให้แก่ลูกค้าทราบก่อนปฏิบัติงาน	10	6.7
การติดต่อประสานงานกับพนักงานเป็นไปด้วยความยากลำบาก	7	4.7
พนักงานไม่แก้ไขข้อผิดพลาดเมื่อได้รับคำติชมจากลูกค้า	7	4.7
พนักงานไม่กระตือรือร้นและไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้า	5	3.3
พนักงานผู้ให้บริการกริยาไม่สุภาพ	2	1.3
พนักงานไม่มีความชำนาญในงานที่ให้บริการ	2	1.3
พนักงานละทิ้งงานในหน้าที่ไม่ติดตามงานอย่างต่อเนื่อง	2	1.3

จากตารางที่ 27 ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการมากที่สุดคือ การส่งงานล่าช้ากว่ากำหนด ร้อยละ 65.0 รองลงมาคือชื่อเสียงของบริษัทไม่เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 62.0 และ การออกแบบงานไม่ทันสมัย ร้อยละ 38.70

ข้อเสนอแนะ

จากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการจากทางบริษัทฯ นั้นมีผู้ทำการเสนอแนะ และให้ข้อคิดแก่บริษัทฯ ดังนี้

- ทางบริษัทฯ ได้จัดส่งผลงานล่าช้ากว่าที่ได้กำหนดไว้ ควรปรับปรุงการส่งมอบงานให้ทันตามเวลาที่ได้สัญญาไว้ไม่ควรจะล่าช้ามากนัก จำนวน 10 ราย
- ในการวางบิลทุกครั้งควรมีรูปภาพของการจัดงานหรือรูปภาพที่ได้ใช้บริการจากทางบริษัทฯ ประกอบด้วย จำนวน 5 ราย
- การออกแบบงานในครั้งต่อไปควรมีการพัฒนาแนวคิดให้ทันสมัยมากขึ้น จำนวน 5 ราย
- คุณภาพของงานที่ได้รับยังไม่มีความสม่ำเสมอซึ่งทางบริษัทฯ ควรทำการปรับปรุง โดยเฉพาะในงานที่เร่งด่วน จำนวน 3 ราย
- เมื่อพนักงานได้รับเรื่องร้องเรียนแล้วควรติดตามและแก้ไขตามเรื่องที่ร้องเรียนทันที ไม่ควรทิ้งช่วงเวลานานเกินไป เพราะบางครั้งลูกค้าอาจจำไม่ได้ว่าต้องการให้แก้ไขในเรื่องใด จำนวน 2 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved