

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัททักษะเพื่อเฟ้คท์ฟรี เซ็นท์เทชั่น เอเจนซี จำกัด สาขาเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการ และหลังรับบริการ จากบริษัททักษะเพื่อเฟ้คท์ ฟรี เซ็นท์เทชั่น เอเจนซี จำกัด ตลอดจนปัญหาในการใช้บริการของลูกค้าและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุง ในการให้บริการกับลูกค้าในครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการจากทางบริษัทฯ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 150 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 53.30 มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี ร้อยละ 38.70 จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 76.70 มีตำแหน่งงานอยู่ในระดับผู้จัดการมากที่สุด ร้อยละ 28.70 มีงบประมาณต่อปีในการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาดขององค์กรต่ำกว่า 1,000,000 บาท ร้อยละ 55.30 เป็นบริษัทเอกชน ร้อยละ 74.00 เป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯ ระหว่าง 1 – 2 ปี มากที่สุดร้อยละ 38.70 รู้จักกับทางบริษัทฯ จากสื่อป้ายโฆษณามากที่สุด ร้อยละ 44.70 เคยใช้บริการทางด้านงานป้ายขนาดเล็กกับทางบริษัทฯ ร้อยละ 25.20 เคยใช้บริการกับทางบริษัทฯ ในปี 2550 มีมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 32.00 และไม่เคยใช้บริการกับบริษัทโฆษณารายอื่น ร้อยละ 57.30 ส่วนในอนาคตคิดว่า จะใช้บริการกับทางบริษัทฯ ในครั้งต่อไป ร้อยละ 88.70

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บริษัททักษะเพอเฟิลท์ พีริ  
เซนท์เทชั่น เอเจนซี จำกัด ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการและหลังรับบริการ

#### ปัจจัยที่มีผลก่อนการรับบริการ

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบริษัทฯ โดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อบริษัทฯ ด้าน ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน ความไว้วางใจต่อการทำางานของบริษัทฯ การคิดราคาค่าบริการ ชื่อเสียงของบริษัทฯ และ ความแปลกใหม่ของบริการที่น่าเสนอในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยย่อยด้าน การมีส่วนร่วมกับสังคมของทางบริษัทฯ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับน้อย

#### ปัจจัยที่มีผลระหว่างการรับบริการ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ต่อการปฏิบัติงานของบริษัทฯ โดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อบริษัทฯ ด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และ ความสามารถของผู้ให้บริการ บุคลิกดี ความน่าเชื่อถือ ความอบอุ่นของผู้ให้บริการ ความเต็มใจ และขี้มเข้มแข็งใส่ใจของผู้ให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความครบถ้วนของการชี้แจงอธิบายรายละเอียดของงาน(ครบทุกขั้นตอน) ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้าน ความรวดเร็วของการให้บริการ การติดต่อกับลูกค้าเพื่อการติดตามงานอย่างต่อเนื่อง การรายงานผลการทำงาน ขณะทำงาน ความระมัดระวังในการทำงาน มีความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง

#### ปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบริษัทฯ โดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อบริษัทฯ ด้าน ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับจากบริษัทฯ ครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้ ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการ ผลงานที่ได้รับมีความคุ้มค่าเงิน หรือ ค่าใช้จ่าย ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อบริษัทฯ ด้าน การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อได้รับข้อร้องเรียนและได้รับการแก้ไขตามข้อร้องเรียน การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัททักษะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ  
 เอเจนซี จำกัด ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการและหลังรับบริการ จำแนกตามประเภทของ  
 องค์กร ระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯ และงบประมาณที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ

#### ปัจจัยที่มีผลก่อนการรับบริการจำแนกตามประเภทองค์กร

เมื่อจำแนกตามประเภทองค์กรของผู้ใช้บริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภท  
 องค์กรมีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรทุกประเภท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัย  
 ย่อยด้าน ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน โดยบริษัทเอกชน และเอเจนซีโฆษณา มีความพึงพอใจ  
 ในระดับมาก ส่วนหน่วยงานราชการ และองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า และ โครงการบ้านจัดสรรมีความ  
 พึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรทุกประเภทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ในปัจจัยย่อย  
 ด้านการมีส่วนร่วมกับสังคมของทางบริษัทฯ ซึ่งหน่วยงานราชการ บริษัทเอกชน และเอเจนซี  
 โฆษณา มีความพึงพอใจในระดับน้อย ยกเว้นองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า โครงการบ้านจัดสรร มี  
 ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### ปัจจัยที่มีผลระหว่างการรับบริการจำแนกตามประเภทองค์กร

เมื่อจำแนกตามประเภทองค์กรของผู้ใช้บริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กร  
 ต่างๆเกือบทุกประเภท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างการรับบริการ โดยรวมในระดับปาน  
 กลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในระดับ มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรทุกประเภทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อย  
 ด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการ โดยหน่วยงานราชการ  
 บริษัทเอกชน เอเจนซีโฆษณา และองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า โครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจ  
 ระดับมาก รวมถึงองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า โครงการบ้านจัดสรร ยังมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด  
 ในปัจจัยย่อยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการอีกด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกประเภท องค์กร มีความพึงพอใจต่ำสุดใน ปัจจัยย่อย  
 ด้านการรายงานผลการดำเนินงานขณะทำงาน โดยหน่วยงานราชการ บริษัทเอกชน และเอเจนซี  
 โฆษณา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า โครงการบ้านจัดสรร มี  
 ความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้านบุคลิกดี ความน่าเชื่อถือ ความนอบน้อมของผู้ให้บริการ มี  
 ความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน

### **ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการจำแนกตามประเภทองค์กร**

เมื่อจำแนกตามประเภทองค์กรของผู้ใช้บริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรต่างๆทุกประเภท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรทุกประเภทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้านความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้ โดยหน่วยงานราชการ บริษัทเอกชน เอเจนซี่โฆษณา มีความพึงพอใจในระดับมาก และองค์กรอื่นๆ ได้แก่ สป่า โครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในองค์กรที่เป็นหน่วยงานราชการและเอเจนซี่โฆษณามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเอเจนซี่โฆษณา มีความพึงพอใจในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทเอกชน และหน่วยงานอื่นๆ ได้แก่ สป่าและโครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้านการส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

### **ปัจจัยที่มีผลก่อนการรับบริการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า**

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ โดยรวม ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯทุกช่วงระยะเวลามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี และ 1-2 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้า 3 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ ทุกช่วงระยะเวลามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ ในระดับน้อย

### **ปัจจัยที่มีผลระหว่างการรับบริการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า**

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ ทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างการรับบริการ โดยรวม ในระดับ มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯทุกช่วงระยะเวลามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการในระดับ มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯทุกช่วงระยะเวลาที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน ในระดับปานกลาง

#### **ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า**

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯน้อยกว่า 1 ปีและ 1-2 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการโดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าบริษัทฯ 3 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในปัจจัยย่อยด้าน ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับจากบริษัทฯครบถ้วนตามที่สัญญาไว้โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯในช่วงระยะเวลา 1-2 ปี และ 3 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าน้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในปัจจัยย่อยด้าน ผลงานที่ได้รับความคุ้มค่าเงิน หรือ ค่าใช้จ่ายในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อย ด้าน การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯในช่วงระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี และ 1-2 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้า 3 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### **ปัจจัยที่มีผลก่อนการรับบริการจำแนกตามมูลค่าที่ใช้บริการ**

เมื่อจำแนกตามมูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ ไม่ว่าจะมูลค่าเท่าใด มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการโดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกๆมูลค่าที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความชัดเจนของสัญญาการทำงาน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่า 300,001-400,000 บาท และ 400,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท และ 100,001-200,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าตั้งแต่ 200,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการคิดราคาค่าบริการ ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกๆมูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้านการมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯในระดับน้อย



### **ปัจจัยที่มีผลระหว่างการรับบริการจําแนกตามมูลค่าที่ใช้บริการ**

เมื่อจําแนกตามมูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 -200,000 บาท 300,001-400,000 และ 400,000 ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ โดยรวมในระดับ มาก ส่วน ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการมูลค่าระหว่าง 200,001 – 300,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกๆมูลค่าที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญและความสามารถของผู้ให้บริการ บุคลิกดี ความน่าเชื่อถือ ความนอบน้อมของผู้ให้บริการ และความเต็มใจยิ้มแย้มแจ่มใสของผู้ให้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้านการรายงานผลการทำงานขณะทำงาน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท 100,001-200,000 บาท และ 200,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่า 300,001-400,000 บาท และ 400,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความระมัดระวังในการทำงาน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

### **ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการจําแนกตามมูลค่าที่ใช้บริการ**

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในปัจจัยย่อยด้าน ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าระหว่าง 100,001-200,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน ความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้ ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าระหว่าง 200,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าระหว่าง 300,001-400,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการปฏิบัติตามคําร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อได้รับข้อร้องเรียนและได้รับการแก้ไขตามข้อร้องเรียน มีความพึงพอใจในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าตั้งแต่ 400,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ในปัจจัยย่อยด้าน ด้านการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท 100,001-200,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่า ระหว่าง 200,001-300,000 บาท และ 400,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนดในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมูลค่า ระหว่าง 300,001-400,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสมบูรณ์ของผลงานที่ได้รับครบถ้วนตามที่ทำสัญญาไว้ ในระดับปานกลาง

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการและข้อเสนอแนะในการใช้บริการของบริษัท ทักษะเพอเฟิลท์ พรินเซนที่แทช เอเจนซี จำกัด

##### ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการจากบริษัทฯ

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการมากที่สุดคือ การส่งงานล่าช้ากว่ากำหนด ร้อยละ 65.30 รองลงมาคือเสียงของบริษัทไม่เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 62.00 และการออกแบบงานไม่ทันสมัย ร้อยละ 38.70 คุณภาพของผลงานไม่มีความสม่ำเสมอ ร้อยละ 38.00 ผลงานที่ได้รับผิดรูปแบบ (ผิดสเปก) หรือไม่เป็นไปตามสัญญา ร้อยละ 34.00 การคิดค่าบริการแพงกว่าความเป็นจริงไม่สมเหตุผล ร้อยละ 15.30 การปฏิบัติงานของผู้ให้บริการไม่มีความยืดหยุ่น ร้อยละ 13.30 ตามลำดับ

##### ข้อเสนอแนะ

จากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการจากทางบริษัทฯ นั้นมีผู้ทำการเสนอแนะ และให้ข้อคิดแก่บริษัทฯ ในประเด็นสำคัญดังนี้

- ทางบริษัทฯ ได้จัดส่งผลงานล่าช้ากว่าที่ได้กำหนดไว้ ควรปรับปรุงการส่งมอบงานให้ทันตามเวลาที่ได้สัญญาไว้ไม่ควรจะล่าช้ามากนัก จำนวน 10 ราย
- ในการวางบิลทุกครั้งควรมีรูปภาพของการจัดงานหรือรูปภาพที่ได้ใช้บริการจากทางบริษัทฯ ประกอบด้วย จำนวน 5 ราย
- การออกแบบงานในครั้งต่อไปควรมีการพัฒนาแนวคิดให้ทันสมัยมากขึ้น จำนวน 5 ราย

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้จะอภิปรายผลการศึกษา ตามแนวคิดเรื่องส่วนประกอบทางการบริการ (Service Mix Concept) (วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2543) โดยปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของการบริการ ที่มีผลด้านคุณภาพการบริการ อาจสร้างความพึงพอใจ หรือ ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในสายตาลูกค้าได้ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ ปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ และปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ และวรรณกรรมที่ทบทวนซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับ ผลการศึกษาของ ภัทราเวช เจริญรูป (2547) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า : ธุรกิจโรงแรมหรือรีสอร์ทในเขตบางแสน พบว่า ปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ (Pre-service Factor หรือ Pre-delivery Factor) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทฯ ความไว้วางใจต่อการทำงานของบริษัทฯ ความแปลกใหม่ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งผลการศึกษาของ ภัทราเวช เจริญรูป (2547) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย ด้าน ภาพพจน์ หรือ ชื่อเสียงของบริษัท ความเชื่อถือไว้วางใจได้ หรือความแปลกใหม่ของบริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

2. ปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการ โดยรวมในระดับมาก ซึ่งแตกต่างจาก ผลการศึกษาของ ภัทราเวช เจริญรูป (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ภัทราเวช เจริญรูป (2547) ได้แก่ ความรวดเร็วของการให้บริการ ความระมัดระวังในการทำงาน ความประณีตบรรจงและความพิถีพิถันขณะบริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน



3. ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการ โดยรวมในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับกับผลการศึกษาของ สุนันทา อ่อนรัมย์ (2548) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ สุนันทา อ่อนรัมย์ (2548) ได้แก่ การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อได้รับข้อร้องเรียนและได้รับการแก้ไขตามข้อร้องเรียน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### ข้อค้นพบ

1. ปัจจัยที่มีผลก่อนการรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ว่าจะเป็นองค์กรประเภทใดหรือเป็นลูกค้าของบริษัทฯมานานเท่าใด รวมทั้งไม่ว่าจะใช้บริการมูลค่าเท่าใดก็ตามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน การมีส่วนร่วมกับสังคมของบริษัทฯ โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

2. ปัจจัยที่มีผลก่อนการรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทองค์กร และทุกช่วงเวลาของการเป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯ และเกือบทุกมูลค่าที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความชัดเจนของสัญญาณการทำงาน โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าการใช้บริการระหว่าง 200,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

3. ปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกประเภทองค์กร และทุกช่วงระยะเวลาของการเป็นลูกค้ากับทางบริษัทฯ และเกือบทุกมูลค่าที่ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน การรายงานผลการทำงานขณะทำงาน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

4. ปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการผู้ตอบแบบสอบถามไม่ว่าองค์กรใด หรือเป็นลูกค้าบริษัทฯมานานเท่าใดก็ตาม รวมทั้งทุกมูลค่าที่ใช้บริการกับทางบริษัทฯ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญและความสามารถ ของผู้ให้บริการ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก

5. ปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกือบทุกองค์กร และเกือบทุกช่วงเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯและเกือบทุกมูลค่าที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

ต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้าน การส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด และการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเอเจนซี่โฆษณาที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการในปัจจัยย่อยด้าน การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับน้อย

7. ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการมากที่สุดคือ การส่งงานล่าช้ากว่ากำหนด ซึ่งมีผู้เสนอแนะในเรื่องนี้มากที่สุดถึง 10 ราย แต่ผลการศึกษาก็พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการของบริษัทต่อไปในอนาคตอีกถึงร้อยละ 88.70 สืบเนื่องมาจากผลการศึกษาในปัจจัยที่มีผลระหว่างการรับบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยด้าน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญและความสามารถ ของผู้ให้บริการ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก

#### ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทองค์กร ทุกช่วงระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของบริษัทฯและทุกๆมูลค่าที่ใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการในปัจจัยย่อยด้านการมีส่วนร่วมกับสังคมของทางบริษัทฯในระดับน้อย ดังนั้นบริษัทฯ ควรนำกิจกรรมทางด้านสังคมและกิจกรรมสาธารณะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัทฯ และเพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าทางบริษัทฯ ได้ทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

2. จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทองค์กร ทุกช่วงระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ และเกือบทุกๆมูลค่าที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดต่อปัจจัยที่มีผลระหว่างรับบริการในปัจจัยย่อยด้าน การรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทฯในระดับปานกลาง ซึ่งทางบริษัทฯควรแก้ไขปรับปรุงโดยการรายงานความคืบหน้าของการทำงานให้แก่ผู้มาใช้บริการทราบทุกระยะ เพื่อที่ลูกค้าจะได้ทราบว่าการทำงานอยู่ไหนขั้นตอนใด

3. จากผลการศึกษาพบว่าลูกค้าองค์กรประเภทต่างๆหรือ ไม่ว่าจะ เป็นลูกค้าบริษัทฯ มานานเท่าใด และจะใช้บริการมูลค่าเท่าใดก็ตาม ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการในปัจจัยย่อยด้าน การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า และการส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนด ซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดถึงร้อยละ 65.3 ซึ่งการส่งมอบงานที่ล่าช้ากว่ากำหนด หากทางบริษัทฯไม่แน่ใจว่าจะส่งมอบงานทันตามเวลาที่กำหนดหรือไม่ ทางบริษัทฯควรชี้แจงให้ข้อมูลกับลูกค้าทราบถึงข้อจำกัดในการทำงานหรือการผลิตที่อาจส่งผลทำให้

การทำงานล่าช้าทราบล่วงหน้า และไม่ควรรัดส่งมอบงานในวันที่ทำงานหรือผลิตงานเสร็จ เพราะ หากผิดพลาดขึ้นมาจะไม่มีเวลาแก้ไขและเป็นเหตุทำให้ส่งงานล่าช้ากำหนดได้ ควรรัดส่งมอบงาน ให้กับลูกค้าหลังจากที่ผลิตงานแล้วเสร็จอย่างน้อย 3 วัน ส่วนการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า นั้น บริษัทฯ ควรแก้ไขปรับปรุง โดยการติดต่อกับลูกค้า หรือออกเยี่ยมเยียนลูกค้า ในช่วงเวลาพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิดของลูกค้าหรือองค์กร และพบปะเยี่ยมเยียนลูกค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นต้น

4. บริษัทฯ ควรเร่งดำเนินการแก้ไขปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการซึ่ง นอกจากปัญหาการส่งงานล่าช้ากว่ากำหนดที่มีผู้ใช้บริการพบร้อยละ 65.3 แล้วนั้น ยังพบว่าชื่อเสียงของบริษัทไม่เป็นที่รู้จักร้อยละ 62.0 และการออกแบบงานไม่ทันสมัยร้อยละ 38.7 ซึ่งทางบริษัทฯ ควรเร่งดำเนินการแก้ไข ด้านชื่อเสียงของบริษัทฯ ควรจัดสรรหรือเพิ่มงบประมาณในการทำสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีและเลือกช่องทางหรือสื่อโฆษณาที่ทำให้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์องค์กรครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้านการออกแบบงานไม่ทันสมัยนั้น ทาง บริษัทฯ ควรจัดให้มีการอบรมให้ความรู้ หรือให้การสนับสนุนและส่งเสริมพนักงานด้านการ ออกแบบเข้าฝึกอบรม สัมมนา กับสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อพัฒนา ทักษะการออกแบบของพนักงานและสามารถมานำพัฒนาองค์กรต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved