การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้บริการของ บริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด

CUSTOMER SATISFACTION WITH THE SERVICE QUALITY OF NTT DATA (THAILAND) CO., LTD.

ชลธิชา คำคุณนา
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Chonticha Kumkoonna
E-mail: Chonticha2532@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Management,
Ramkhamhaeng University Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลกิจการลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางธุรกิจ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าร้อยละและความถี่ในการวิเคราะห์ตัวแปร 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ด้านบุคลากร ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และด้านกระบวนการในการให้บริการ 3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตาม ลักษณะของกิจการ ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของบริษัท ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ และแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการ ประชากร คือ ลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 13 โปรเจค โดยมีผู้ดูแลโปรเจคจำนวน 30 ราย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม กับ SD scale (คะแนน 0-10) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้คือค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสองประชากรที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Sample Test) และความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีลักษณะของกิจการเป็นแบบบริษัทจำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 53.3 ประเภทธุรกิจการเงิน คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีทุนจดทะเบียนของบริษัทมากกว่า 1,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 76.7 ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯมากกว่า 1 ปี ถึง 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 และมีแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 53.3 ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านบุคลากร ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และด้านกระบวนการในการ

ให้บริการ อยู่ในระดับสูงมาก (μ = 8.30 SD = 0.60) ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ (Mean) อยู่ในระดับสูง ถึงระดับสูงมาก ค่า Mean สูงสุด คือความพึงพอใจจำแนกตามด้านลักษณะของกิจการ เท่ากับ 8.29 และค่า Mean น้อยสุดคือความพึงพอใจจำแนกตาม ด้านทุนจดทะเบียนของบริษัท เท่ากับ 8.17 และข้อค้นพบที่ได้ตามสมมติฐาน พบว่า ลักษณะของกิจการ, ประเภทธุรกิจ, ทุนจดทะเบียนของบริษัท, ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ แตกต่างกัน ความพึงพอใจ ต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน บริษัทฯจึงควรมีการรักษามาตรฐานการบริการทั้ง 3 ด้าน และพัฒนาปรับปรุงด้าน กระบวนการในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น โดยการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยในด้านการตลาดเข้ามาร่วมด้วย เช่น กลยุทธ์การตลาด, เทคโนโลยี และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางด้านธุรกิจ เป็นต้น

คำสำคัญ : ความพึงพอใจในการใช้บริการ, คุณภาพการให้บริการ, บุคลากร, การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ, กระบวนการในการให้บริการ

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the customer business information affecting the satisfaction with the service quality of NTT Data (Thailand) Co., Ltd., by analyzing information about customer details and the data were analyzed for percentage and frequency 2) to study level of customer satisfaction with the service quality of NTT Data (Thailand) Co., Ltd., classified by Personal, Communication Effective and Process Control & Monitoring and 3) to compare customer satisfaction with the service quality of NTT Data (Thailand) Co., Ltd. classified by Business, Enterprise, Authorized capital, Period of doing business with the company and Location of establishment. The population was customers using the services provided by NTT Data (Thailand) Co., Ltd. in 13 projects with 30 project administrators. This study was a quantitative research. A questionnaire SD scale, (score 0-10) was used as a research instrument to collect data. Data collected were then analyzed using statistics, including percentage, frequency, mean, standard deviation, independent sample test and F-test (One-way ANOVA).

The findings according to the objective 1 indicated that most of the respondents were public limited companies (53.3 %), financial companies (53.3%), had registered capital of more than 1,000 million baht (76.7%), have operated the business of more than 1 year to 5 years (50%) and had business location in Thailand (53.3 %). The findings according to the objective 2 indicated that the respondents' satisfaction with the service quality in terms of personnel, effective communication, and service process was at the very high level (μ = 8.30 SD= 0.60). The findings according to the objective 3 indicated that

mean scores on satisfaction were in the range of high – very high level. The highest mean of satisfaction, classified by nature of business was 8.29; meanwhile the lowest mean of satisfaction, classified by registered capital of the company was 8.17. In addition, the findings according to the set hypothesis showed that the respondents with different nature of business, type of business, registered capital of the company, and years of business partnership with the company is different. Satisfaction with the service quality of NTT Data (Thailand) Co., Ltd. had not different therefore, three dimensions of service standards should be maintained while service process should be improved. Future studies should explore marketing factors such as marketing strategy, technology and building competitive advantage.

Keywords : Satisfaction of service, Service quality, Personal, Communication Effective, Process Control & Monitoring

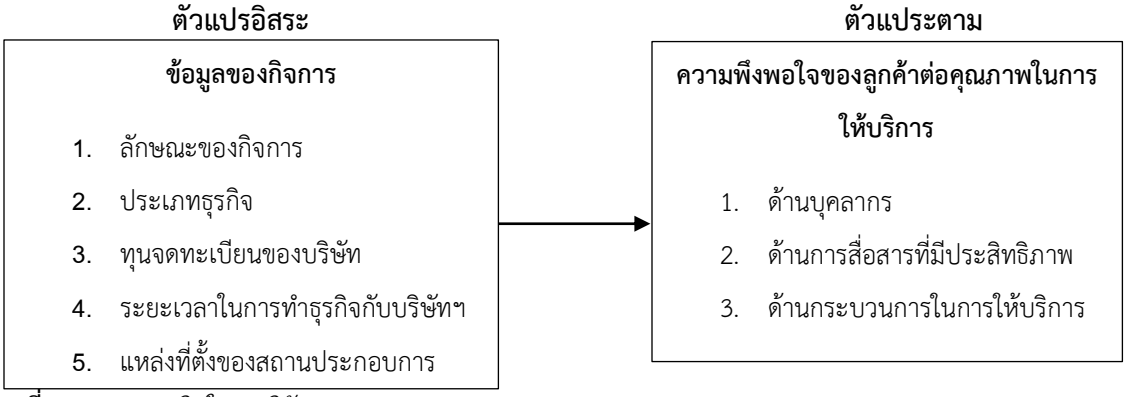
บทนำ

บริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) เป็นผู้ให้บริการระบบเทคโนโลยีด้านโซลูชั่นการชำระเงิน Debit, Credit Card รวมไปถึง Web Based, Mobile Application ต่างๆ และ ได้ให้บริการลูกค้าที่เป็นสถาบันการเงิน ทั้งที่เป็นธนาคาร และ Non-Bank ปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับให้บริการระบบเทคโนโลยีด้านโซลูชั่นการชำระเงินนั้นมีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในยุคปัจจุบันมีนวัฒตกรรมต่างๆเกิดขึ้นมากมายรวมถึง Mobile Payment ซึ่งถือว่าเป็นเทรนด์ดาวรุ่งในปีนี้ และปีต่อๆไป ภายในปี 2563 อุปกรณ์เคลื่อนที่จะกลายเป็นเทอร์มินัลรับชำระเงินในประเทศไทย และในกลุ่มร้านค้า SME โดยการใช้งานนี้จะผลักดันให้รายได้ของผู้ประกอบการขนาดย่อมเติบโตขึ้น 10% รวมถึงพฤติกรรมการใช้เงินสดของผู้บริโภคที่มีน้อยลง การจ่ายเงินมีทางเลือกมากขึ้นทั้ง NFC, QR Code มีการผลักดันจากภาครัฐ รวมทั้งธนาคาร และ Non-Bank ต่างทำการตลาดอย่างหนัก ในการทำให้เพย์เมนต์เติบโต และบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) ก็เป็นส่วนหนึ่งในการให้บริการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบเทคโนโลยีด้านโซลูชั่นการชำระเงิน Debit, Credit Card รวมไปถึง Web Based, Mobile Application ต่างๆ เพื่อตอบสนองลูกค้าทั้งที่เป็นธนาคาร และ Non-Bank เพื่อพัฒนาระบบของแต่ละองค์กร สำหรับรองรับเทคโนโลยีในด้าน Mobile Payment จากการที่โลกดิจิทอลมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็จในยุคปัจจุบันและผู้วิจัยได้ปฏิบัติงาน อยู่ในบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด มาเป็นเวลานาน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อจะนำผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพการบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้ลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการกับ บริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลกิจการลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามด้านบุคลากร ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ด้านกระบวนการในการให้บริการ
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตาม ลักษณะของกิจการ ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของบริษัท ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ และแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 *กรอบแนวคิดในการวิจัย*

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของกิจการของลูกค้าแตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ประเภทธุรกิจของลูกค้าแตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ทุนจดทะเบียนของบริษัทแตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯแตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 แหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการที่ใช้ในการวิจัยคือ บริษัทที่ใช้บริการบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 13 โปรเจค โดยมีการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ดูแลโปรเจคจำนวน 30 คน (ข้อมูลบริษัท ปี 2019)

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งวิจัยเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยเป็นข้อมูลพื้นฐานไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุง คุณภาพการให้บริการของ บริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น
2. เพื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของ บริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด
3. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับองค์กรในการพัฒนาโซลูชั่นต่างๆเพิ่มขึ้น และใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยขยายฐานการให้บริการในด้านอื่นๆที่จะมีเพิ่มขึ้นในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด” ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ข้อมูล ตำรา บทความ วิชาการ สืบค้นทางอินเทอร์เน็ต และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิด ในการศึกษาดังประเด็นต่อไปนี้

ความหมายของการบริการ (Service)

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543, หน้า 20) การบริการ หมายถึง กระบวนการ กระบวนกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ที่ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า ซึ่งการบริการนั้นเป็นสิ่งที่สามารถจับสัมผัสและแตะต้องได้ยาก อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่าย บริการจะทำขึ้นโดยการบริการจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้บริการนั้น ๆ ในทันทีหรือ ในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี (2549, หน้า 11) การบริการ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้และเกี่ยวกับข้องกับการกระทำ การปฏิบัติ หรือความพยายามที่ไม่สามารถจะเป็นเจ้าของได้ในทางร่างกาย โดยปกตินั้นการบริการมักจะหมายถึงความพยายามของผู้ให้บริการหรือเครื่องจักร ที่มีผลโดยตรง ต่อบุคคลหรือสิ่งของ รวมไปถึงการบริการทางการศึกษาที่ครู/อาจารย์มีต่อนักเรียน แม้กระทั่งการใช้เครื่องจักร สำหรับอำนวยความสะดวกต่อมนุษย์ เช่นการโดยสารเครื่องบิน หรือต่อวัตถุ เช่นการขนส่งสินค้าทางเรือ

ไฟท์เกนบาม (Feigenbam, 1991) การบริการ หมายถึง เป็นการตัดสินใจของลูกค้า มิใช่ผู้ให้บริการ ตลาดหรือผู้บริหาร แต่จะขึ้นกับผู้รับบริการนั้นได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าหรือ บริการนั้นอย่างไร โดยสามารถวัดได้จากความต้องการของลูกค้าหรือคาดหวังของผู้รับบริการ

Boone and Kurtz (2000) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความคาดหวังต่อคุณภาพ และคุณภาพที่รับรู้จากการนำเสนอการบริการ

Gerson (1993) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการ ถูกกำหนดขึ้นโดยมีพื้นฐานอยู่บนการรับรู้ ของลูกค้า สิ่งใดก็ตามที่ลูกค้าบอกว่ามีคุณภาพ นั้นจึงถือว่ามีคุณภาพอย่างแท้จริง

Crosby (1979) คุณภาพ หมายถึง คุณลักษณะหรือประโยชน์ของการใช้งาน โดยรวม ของผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ รวมถึงทางด้านการตลาด วิศวกรรม การผลิต และการซ่อมบำรุง ที่จะต้องตรงตามความคาดหวัง และความต้องการของลูกค้า รวมถึงต้องสอดคล้องกับมาตรฐานที่เป็นไปตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction)

ดิเรก (2528) ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นในการทำงาน มีขวัญกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานรวมถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์การอีกด้วย

วิรุฬ (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าคาดหวังกับสิ่งนั้นอย่างไร หากว่ามีความคาดหวังหรือมีความตั้งใจในสิ่งนั้นมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้

ฉัตรชัย (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง และความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

นภารัตน์ (2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

เทพพนม และสวิง (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคนๆหนึ่ง สิ่งที่ขาดหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

สง่า (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Shelly อ้างโดย ประกายดาว (2536) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ขณะที่วิชัย (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

Kotler (2003:61) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ (บริการ) ตามที่เห็นหรือ เข้าใจ (Product's Perceive Performance) กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับของความพึง พอใจจึงเป็นฟังก์ชั่นของความแตกต่างระหว่างการทำงาน (ผล) ที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) และความคาดหวัง (Expectation) กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอหรือผลิต ภัณฑ์ (บริการ) ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) หากการทำงานของข้อเสนอหรือผลิตภัณฑ์ (บริการ) นั้นตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมเกิดความพอใจ (Satisfaction) แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นหรือเกิดความประทับใจ (Highly Delighted)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาวปาณิสรา เจริญสิทธิ์ (2552) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ฮันทส์แมน (ประเทศไทย) จำกัด สาขาที่ 1 ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มีการเก็บข้อมูลจากประชากรจำนวน 113 หน่วย การศึกษาสามารถนำเสนอเป็น 3 ส่วนดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ฮันทส์แมน (ประเทศไทย) จำกัด สาขาที่ 1 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติทดสอบ F-test หรือ One-Way Analysis of Variance (One-Way ANOVA) ในการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป โดยกำหนดค่าในสำคัญ (Significance) ที่ระดับ P>0.5 หรือระดับค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 โดยมีปัจจัยส่วนกิจการเป็นตัวแปรอิสระและปัจจัยด้านการตลาดเป็นตัวแปรตาม

ชนัญชิดา สังข์ทอง (2559) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ สินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 290 คน เครื่องมือที่ใช้ ในการ

เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่า (t-test) ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างจากการทดสอบค่าสถิติ จะทำการตรวจสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี ของ LSD

นายวิทยา พงศ์กุศลจิตต์ (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการ กรณีศึกษา บริษัท บัวไทยอุตสาหกรรม จำกัด การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจซึ่งกลุ่มประชากรทั้งหมดเป็นลูกค้าของบริษัท จำนวน 124 รายที่มีการติดต่อสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท ฯ อย่างน้อยจำนวน 1 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป โดย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวมรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

กำพล แก้วสมนึก (2552) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการ บริการของบริษัท พรีซิชั่น ทูลส์เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อคุณภาพการบริการ ด้านทรัพยากรในการให้บริการ ด้านความ น่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการ และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของบริษัท พรีซิชั่น ทูลส์ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด โดยเครื่องมือในการวิจัยจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นความคิดเห็นจากลูกค้า ทั้งหมดของบริษัท พรีซิชั่น ทูลส์ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 161 บริษัท

เครื่องมือและวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยทางธุรกิจ เป็นคำถามลักษณะข้อมูลของกิจการประกอบด้วย ลักษณะของกิจการ ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของบริษัท ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ และแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ปี2019 ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ ด้านบุคลากร ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และด้านกระบวนการในการให้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) เกณฑ์การให้คะแนนโดยแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 11 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะสิ่งที่ต้องการให้บริษัทปรับปรุงและแนวทางในการแก้ไขการบริการ โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-Ended Question)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. ทดสอบความแม่นตรง (Validity) เพื่อให้คำถามครอบคลุมกับเนื้อหาและตรงตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและแบบสำรวจความพึงพอใจ อีกทั้งยังมีการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและนักสถิติซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านการวิเคาระห์ ทำการตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสำรวจให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. ทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ได้นำแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาไปทดสอบกับกลุ่มลูกค้าใช้บริการของ บริษัทที่ใช้บริการบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด และใช้แบบสอบถามจำนวน 30 ชุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทำการทดสอบ Cronbach's Alpha ได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.865 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ได้

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวมรวมข้อมูลโดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) วิจัยข้อมูลผ่านการแจกแบบสอบถามให้ผู้ประกอบการที่ใช้บริการของบริษัทที่ใช้บริการบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 13โปรเจค โดยมีการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ดูแลโปรเจคจำนวน 30 คน (ข้อมูลบริษัทปี, 2019)

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จากการแจกแบบสอบถามผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปประมวลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือการหาค่าทางสถิติพื้นฐานเป็นค่าเฉลี่ยของการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท แปลผลค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ออกเป็นระดับความพึงพอใจ 11 ระดับ โดยกำหนด อันตรภาคชั้นดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับชั้น}}$$

$$\text{สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ได้ช่วงคะแนนเท่ากับ } \frac{11 - 1}{11} = 0.9$$

ช่วงระดับคะแนนในแต่ละขั้นเท่ากับ 0.9 ดังนั้นจะได้ค่าเฉลี่ยในการแปลผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย 0-2	กำหนดอยู่ในเกณฑ์	ต่ำที่สุด
ค่าเฉลี่ย 2.01-3	กำหนดอยู่ในเกณฑ์	ต่ำมาก
ค่าเฉลี่ย 3.01-4	กำหนดอยู่ในเกณฑ์	ต่ำ
ค่าเฉลี่ย 4.01-5	กำหนดอยู่ในเกณฑ์	ค่อนข้างต่ำ
ค่าเฉลี่ย 5.01-6	กำหนดอยู่ในเกณฑ์	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 6.01-7	กำหนดอยู่ในเกณฑ์	ค่อนข้างสูง
ค่าเฉลี่ย 7.01-8	กำหนดอยู่ในเกณฑ์	สูง
ค่าเฉลี่ย 8.01-9	กำหนดอยู่ในเกณฑ์	สูงมาก
ค่าเฉลี่ย 9.01-10	กำหนดอยู่ในเกณฑ์	สูงที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละและความถี่ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ซึ่งได้แก่ ลักษณะของกิจการ ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของบริษัท ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ และแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการ

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ตัวแปรที่ระดับการวัดเชิงปริมาณ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ปี2019 ซึ่งได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และด้านกระบวนการในการให้บริการ

2. สถิติอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลกิจการลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าความถี่

2.2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ปี2019 จำแนกตามข้อมูลของกิจการ โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ปี2019 จำแนกตามข้อมูลของกิจการ โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test (Independent Samples Test) ความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์

1. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางธุรกิจ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าร้อยละและความถี่ในการวิเคราะห์ตัวแปร

   ลักษณะของกิจการ พบว่า ลักษณะของกิจการส่วนใหญ่เป็นแบบ บริษัทจำกัด (มหาชน) มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ บริษัทจำกัด มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

   ประเภทธุรกิจ พบว่า ประเภทธุรกิจส่วนใหญ่เป็นแบบ ธุรกิจการเงิน มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ ธุรกิจบริการ มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 และธุรกิจเทคโนโลยี มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

   ทุนจดทะเบียนของบริษัท พบว่า ทุนจดทะเบียนของบริษัทส่วนใหญ่อยู่ในช่วงมากกว่า 1,000 ล้านบาท มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาคือ มากกว่า 500 ล้านบาท ถึง 1,000 ล้านบาท มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ ไม่เกิน 500 ล้านบาท มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

   ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ ส่วนใหญ่พบว่าระยะเวลา มากกว่า 1 ปี ถึง 5 ปี มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 และ ไม่เกิน 1 ปี มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.3 ตามลำดับ

   แหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการ พบว่า แหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศไทย มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 และ ต่างประเทศ มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 ตามลำดับ

   สรุปผลจากข้อมูลที่ได้แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีลักษณะของกิจการเป็นแบบบริษัทจำกัด (มหาชน) ประเภทธุรกิจการเงิน มีทุนจดทะเบียนของบริษัทมากกว่า 1,000 ล้านบาท ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯมากกว่า 1 ปี ถึง 5 ปี และมีแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่ในประเทศไทย

2. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจสูงมากในด้านต่างๆ ดังนี้

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการด้านบุคลากร มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 8.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.61 อยู่ในระดับความพึงพอใจสูงมาก

ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ มีคะแนนเฉลี่ย 8.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.50 อยู่ในระดับความพึงพอใจสูงมาก

ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 8.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.70 อยู่ในระดับความพึงพอใจสูงมาก

สรุปได้ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านบุคลากร ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับสูงมาก บริษัทฯจึงควรมีการรักษามาตรฐานการบริการทั้ง 3 ด้าน และพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพของการบริการของบริษัทฯในระยะยาว

3.สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตาม ลักษณะของกิจการ ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของบริษัท ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ และแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า ค่า Mean อยู่ในระดับสูง ถึงระดับสูงมาก ค่า Mean สูงสุดคือ ด้านลักษณะของกิจการ Mean 8.29 และค่า Mean น้อยสุดคือ ด้านทุนจดทะเบียนของบริษัท Mean 8.17

สรุปผลข้อค้นพบตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตาม ลักษณะของกิจการ พบว่าค่า sig. ของภาพรวมคือ sig 0.19 และเมื่อพิจารณาแต่ละกลุ่มพบว่าค่า sig ของแต่ละกลุ่มมากกว่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ลักษณะของกิจการของลูกค้าแตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ พบว่าค่า sig. ของภาพรวมคือ sig 0.48 และเมื่อพิจารณาแต่ละกลุ่มพบว่าค่า sig ของแต่ละกลุ่มมากกว่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ประเภทธุรกิจแตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตาม ทุนจดทะเบียนของบริษัท พบว่าค่า sig. ของภาพรวมคือ sig 0.44 และเมื่อพิจารณาแต่กลุ่มพบว่าค่า sig ของแต่ละกลุ่มมากกว่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ทุนจดทะเบียนของบริษัทแตกต่างกันความ

พึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตาม ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ พบว่าค่า sig. ของภาพรวมคือ sig 1.0 และเมื่อพิจารณาแต่ละกลุ่มพบว่าค่า sig ของแต่ละกลุ่มมากกว่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯแตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตาม สมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตาม แหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการ พบว่า Equal variances not assumed มีค่า sig. 0.91 และค่า t -0.11 แสดงว่าผลการทดสอบ มีค่า sig. มากกว่านัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นสมมติฐานแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการแตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปตามกรอบแนวความคิดและ สมมติฐานที่ตั้งไว้ ในการอภิปรายผลผู้วิจัยอภิปรายผลตามข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ และ ข้อค้นพบที่ได้ตั้งตามสมมติฐาน โดยจะอภิปรายถึงแนวคิดและทฤษฎีที่สอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ กับการวิจยัของ นักวิชาการบางท่านที่ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้ในบทที่ 2 ดังนี้

1. การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ข้อมูลของกิจการ เกี่ยวกับ ระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ แหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการ สอดคล้องกับ แนวคิด ทฤษฎีของ อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542, หน้า 310-311) ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของงานบริการ การแปรเปลี่ยนได้ (variability) การบริการเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนขึ้นอยู่กับบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการ รวมถึงเวลาและสถานที่สำหรับให้บริการ และสอดคล้องกับ แนวคิด ทฤษฎีของ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 66) ที่ว่าคุณภาพการให้บริการ คือทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมีความพึงพอใจในการบริการ และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง จากระยะเวลาที่ลูกค้าใช้บริการกับบริษัท

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ด้านบุคลากร สอดคลองกับแนวคิด ทฤษฎีของ Kotler

(2003:61) ที่ว่าด้วยระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ (บริการ) ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ แนวคิด ทฤษฎีของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549, หน้า 109) ที่ว่าคุณภาพในการบริการ สามารถพิจารณาได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และด้านกระบวนการในการให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีของ วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543, หน้า 20) ที่ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กระบวนการ กระบวนกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ที่ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด สอดคล้องกับ แนวคิด ทฤษฎีของ วิชัย (2531) ได้กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

2. การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามสมมติฐาน

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามสมมติฐาน จำแนกตามลักษณะของกิจการ, จำแนกตามประเภทธุรกิจ, จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท, จำแนกตามระยะเวลาในการทำธุรกิจกับบริษัทฯ แตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพในการให้การบริการของบริษัท เอ็นทีที ดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิด ทฤษฎีของ ไฟท์เกนบาม (Feigenbam, 1991) ว่าด้วยการบริการ เป็นการตัดสินใจของลูกค้า มิใช่ผู้ให้บริการ ตลาดหรือผู้บริหาร แต่จะขึ้นกับผู้รับบริการนั้นได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าหรือ บริการนั้นอย่างไร โดยสามารถวัดได้จากความต้องการของลูกค้าหรือคาดหวังของผู้รับบริการ โดยไม่คำนึงถึงขนาดของกิจการ และระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการ

ข้อเสนอแนะ 3 ด้าน คือ 1.) ด้านบุคลากร ควรมีพนักงานด้านเทคนิคเพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนงานในด้านต่าง ๆของลูกค้า 2.) ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ควรมีการประสานงานที่ดีเพื่อความครบถ้วนของข้อมูลพนักงานควรมีพื้นฐานด้านเทคนิคที่เพียงพอ 3.) ด้านกระบวนการในการให้บริการ บางกรณีมีขั้นตอนการตรวจสอบเคสค่อนข้างช้าในบางเคสก็ใช้เวลานานเกินสมควร ดังนั้นจึงควรพัฒนาและปรับปรุงให้มีกระบวนการทำงานที่เร็วขึ้นและไม่ควรให้เกิดปัญหาเดิมซ้ำๆ หรือหากเกิดขึ้นก็ควรมีการแก้ปัญหานั้นในทันที

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยในด้านการตลาดเข้ามาร่วมด้วย เช่น กลยุทธ์การตลาด 4P 7P รวมถึงด้านเทคโนโลยี และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางด้านธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ ให้มีความสำเร็จแล้วก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). ความหมายของการบริการ 1 (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น)

วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. (2543). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ประชาชน จำกัด

นางสาวปาณิสรา เจริญสิทธิ์ (2552). ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ฮันทส์แมน (ประเทศไทย) จำกัด สาขาที่ 1 จาก file:///C:/Users/Noonoii/Desktop/IS%20Chonticha/is%20ม.เกษตร/panissara-cha-all.pdf

ชนัญชิดา สังข์ทอง (2559). ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จาก file:///C:/Users/Noonoii/Desktop/IS%20Chonticha/คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน.pdf

นายวิทยา พงศ์กุศลจิตต์ (2550). ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการกรณีศึกษา บริษัท บัวไทยอุตสาหกรรม จำกัด จาก file:///C:/Users/Noonoii/Desktop/IS%20Chonticha/is%20ม.เกษตร/wittaya-pho-all.pdf