

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
บริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด

SERVICE QUALITY AFFECTING TO CUSTOMER'S SATISFACTION OF
EUROTECNICHE (THAILAND) COMPANY LIMITED

วรวัลลัญช์ วงษ์ศรีเผือก

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Worrawalanch Wongsriphuak

E-mail: 6214070065@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Programs in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ ด้านบริการรับผลิตเครื่องประดับซึ่งมีขนาดพนักงานในโรงงานไม่เกิน 100 คน

และสามารถรับผลิตเครื่องประดับได้ไม่เกิน 500 ชิ้นต่อวัน และผลงานวิจัยยังพบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.58) และระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.57)

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 62.20 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.622 และในบรรดาตัวแปรรายด้านทั้งหมดมีตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตามคือความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 ด้านคือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า การตอบสนองต่อความต้องการและ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ บริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด

ABSTRACT

This research was studied about Service Quality affecting to Customer's Satisfaction of Eurotecnica (Thailand) Company Limited. The purpose of this research focused on the Service Quality affecting to customer's satisfaction of Eurotecnica (Thailand) company limited. The researcher used the Simple Random Sampling. The sample consisted of 160 consumers and used Questionnaire's methods as a tool for collecting research data. The statistics used for data analysis consisted of percentage, frequency indication, mean, standard deviation and Multiple Regression Analysis

The results showed that most of the respondents were Female age between 36-45 years old, was an entrepreneur of Jewelry Productions Service and the workforce in the factory was less than 100 people and can produce no more than 500 pieces of jewelry per day, and the research result also found that the level of opinion factors of service quality that affect to customer's satisfaction of Eurotecnica (Thailand) company limited overall was at the highest level ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.58) and the customer's satisfaction of Eurotecnica (Thailand) company limited was the highest ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.57)

The result of the hypothesis testing of service quality affecting to customer's satisfaction Eurotecnica (Thailand) company limited found that all independent variables describe the variability of the variable according to 62.20% with the forecast coefficient (R^2) equal 0.622. And among all variables, there were independent variables that affected the

dependent variable, namely customer satisfaction of Eurotecnica (Thailand) company limited statistically significant at a level of 0.05 in four parts as reliability, empathy, responsiveness, and tangible service.

Keyword: Service quality, Satisfaction, Eurotecnica (Thailand) company limited

บทนำ

บริษัทยูโรเทคนิก เป็นบริษัทสัญชาติอิตาลีที่เปิดให้บริการมากกว่า 40 ปี ตั้งอยู่ที่เมือง วิเซนซ่า ทางตอนเหนือของประเทศอิตาลี ซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตเครื่องจักรและเคมีภัณฑ์สำหรับผลิตเครื่องประดับ มาอย่างยาวนานจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีผู้ก่อตั้ง ชื่อ นาย โรเบอร์โต้ ลอเรีย จากบริษัทขนาดเล็กมีผู้ร่วมก่อตั้งเพียง 3 คนเท่านั้นในระยะเริ่มแรก เพียงแค่ไม่กี่ปี ได้มีการขยายธุรกิจมากมายในหลายกลุ่มประเทศ และปัจจุบันมีสืบทอดกิจการสู่รุ่นลูก คือ นาย โจวานนี ลอเรีย เป็นผู้ดูแลกิจการ อีกทั้งยังมีสาขามากมายทั่วโลกเป็นที่รู้จักกันดี ในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องประดับ ไม่ว่าจะเป็นที่ประเทศบราซิล ประเทศรัสเซีย ประเทศเม็กซิโก ประเทศอินเดีย ประเทศอิหร่าน ปากีสถาน เนปาล ประเทศสิงคโปร์ และ ประเทศไทย เป็นต้น

เนื่องจากในหลายปีที่ผ่านมา นั้น หากพิจารณามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยจะพบว่ามีการขยายตัวสูงขึ้นจากปีก่อนๆ ใดๆก็ตาม มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับของไทยอยู่ที่ประมาณ 12,832.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นับเป็นสินค้าที่ส่งออกสำคัญในอันดับที่ 3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.42 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย อย่างไรก็ตาม การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยนั้น มีมูลค่าสูงถึง 7,117.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี 2559 ถึงร้อยละ 2.15 เลยทีเดียว จึงทำให้การแข่งขันระหว่างซัพพลายเออร์ อย่างเรานั้นต้องมีกลยุทธ์ทางการตลาดในทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็น การตลาด ราคา การบริการ หรือ การให้คำปรึกษาแก่ผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งเป็นเรื่องที่ทำเป็นอย่างยิ่งในยุคที่สภาพการแข่งขันมีหลากหลายช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และนอกจากการเข้าถึงยังคงไม่เพียงพออีกต่อไป แต่การเก็บรักษาสถานลูกค้าเดิมไว้ให้อยู่กับบริษัทไปอย่างมั่นคงและยาวนานนั้นเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายเลยทีเดียว

ในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันมีการแข่งขันกันทางธุรกิจค่อนข้างสูง การจะดำรงไว้ซึ่งธุรกิจที่สามารถผลิตสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเพียงอย่างเดียวนั้นค่อนข้างไม่เพียงพอ สินค้าที่นำเสนอให้กับลูกค้า นั้นจะต้องมีความหลากหลาย มีคุณภาพที่ดี มีราคาที่เหมาะสม และต้องมีการบริการที่ดีจึงจะดึงดูดให้ลูกค้ามาสนใจในตัวสินค้าที่ทางบริษัทผลิตได้ การจัดการทางด้านคุณภาพ และการให้บริการที่ดี จัดเป็นมาตรการสำคัญที่ช่วยยกระดับความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ทางบริษัทมีเป้าหมายนอกจากการซื้อ ขาย เครื่องจักรและเคมีภัณฑ์ให้กับกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแล้ว ทางบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัดนั้น ยังมีบริการคอย

ให้การให้คำปรึกษาสร้างความเหมาะสมในการลงทุนทางด้านเครื่องจักรแก่ลูกค้า ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและบริการหลังการขายแบบมีอาชีพให้ได้มากที่สุดและได้ทันต่อยุคสมัย แฟชั่น และสถานการณ์ทางช่องการตลาดที่เปลี่ยนรูปแบบไปอย่างรวดเร็วนั้น ทางบริษัทได้มีการพัฒนาในทุกช่องทางที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มศักยภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าหากสามารถเข้าถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด อาจจะสามารถสร้างโอกาสให้ลูกค้ามีความจงรักภักดี ในตัวสินค้าและบริการของบริษัท และนำไปสู่การเติบโตทางโอกาสที่จะขยายฐานธุรกิจในกลุ่มอื่นๆ ที่อาจจะเป็นกลุ่มสินค้าในอนาคตให้กับกลุ่มลูกค้าเดิม หรืออาจจะได้รับการตอบรับจากลูกค้าใหม่ได้อีกเช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะทำการศึกษา คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการของบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อให้เข้าถึงสิ่งที่เป็นความปรารถนาและการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย และเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด

สมมติฐานของการวิจัย

คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยประชากร ที่ใช้การศึกษาคั้งนี้คือลูกค้าที่ใช้บริการกับทางบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด เป็นรายบริษัท จำนวนทั้งสิ้น 245 บริษัท (ฐานข้อมูลฝ่ายทรัพยากรมนุษย์บริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด, 2564)

กลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่กำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95 % ยอมให้มีความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง 151.93 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 160 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน คือด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ผู้วิจัยดำเนินการทำวิจัยครั้งนี้คือ บริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด
4. ขอบเขตระยะเวลา ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่ มีนาคม พ.ศ. 2564 - เมษายน พ.ศ. 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อช่วยให้ทราบถึงคุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และการวางแผนกลยุทธ์ทางทรัพยากรมนุษย์ ของบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการให้บริการ

ชลธิชา (2557) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ (Service) คือกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุขและความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเองไม่สามารถจับต้องได้ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรม และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรีเปี่ยมด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค หลักในการให้บริการนั้น ต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ โดยดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความสะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรและไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

ปิยณัฐ จันท์เกิด (2560) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง คุณลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวม ของการบริการที่เหมาะสมกับความคาดหวังหรือสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก ดังนั้น สำหรับการศึกษานี้ คุณภาพการให้บริการ หมายถึง คุณลักษณะ หรือคุณสมบัติโดยรวมของการบริการที่เทศบาลนครนครสวรรค์บริการให้กับประชาชน ที่มารับบริการ ในลักษณะที่สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับผู้รับบริการ

แนวคิดและทฤษฎีด้านความพึงพอใจ

Millet (2012) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)
2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด

บริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่เป็นผู้ผลิตเครื่องจักร ระบบการชุบโลหะและเคมีภัณฑ์ สำหรับอุตสาหกรรมผลิตเครื่องประดับสัญชาติ อิตาลี ตั้งอยู่ในประเทศไทย สำนักงานเลขที่ 64/16 พิริโชน 1 นิคมอุตสาหกรรมอัญธานี แขวงดอกไม้ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยมีการบริการตั้งแต่การจัดจำหน่าย ติดตั้ง สอนการใช้งาน เครื่องชุบโลหะไฟฟ้า และเคมีภัณฑ์สำหรับการชุบโลหะไฟฟ้า สำหรับผู้ผลิตเครื่องประดับ และบริการด้านเทคโนโลยีทางการผลิตเครื่องประดับที่ทันสมัยพร้อมให้คำปรึกษาเต็มรูปแบบภายในประเทศไทยและต่างประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต กลุ่มตัวอย่าง คือผู้รับบริการที่เข้ามารับการบริการจากโรงพยาบาลตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 350 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของเพียร์สันเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพด้านการให้บริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ รองลงมาคือ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ ซึ่งการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ พบว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาคือความพึงพอใจด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าความพึงพอใจทุกด้านมีระดับความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำอยู่ในระดับมาก

เบญจภา แจ้งเวชฉาย (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด ดังนั้น บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการรถไฟฟ้า BTS ควรให้ความสำคัญกับการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าด้วยการนำรางวัลที่ได้รับเกี่ยวกับมาตรฐานในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของการบริหารงานตาม

ระบบการบริหารงาน ISO ด้านชีวอนามัยและความปลอดภัย OSHA 18001 ด้านระบบการจัดการความปลอดภัยด้านการป้องกันการตกจาก (Railway Safety) และการรับรองระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 มาประชาสัมพันธ์ด้วยการสร้างเครือข่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการสร้างชุมชนออนไลน์ที่ให้ความรู้ คำแนะนำ และรับความคิดเห็นผ่านช่องทางออนไลน์ การสร้างแฟนเพจใน Facebook ให้ผู้ที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ได้ติดตามข้อมูลข่าวสาร ราคา และโปรโมชั่นต่าง ๆ ของรถไฟฟ้า BTS

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 ตัวอย่างและใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบง่าย (Simple Random Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ดังนี้

1.1. ใช้ค่าร้อยละ (percentage) และความถี่ (Frequency) กับข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงานในบริษัท กำลังการผลิตต่อวันของบริษัท

1.2. ใช้ค่าเฉลี่ย (mean: \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) กับคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด

2.สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-45 ปี ดำเนินธุรกิจแบบรับบริการผลิตเครื่องประดับ และมีจำนวนพนักงานต่อโรงงานไม่เกิน 100 คนต่อโรงงาน มีกำลังการผลิตต่อวัน ไม่เกิน 500 ชิ้นต่อวัน

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.58) และระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.57)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 1

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย(b)	Beta	t	sig
1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X_1)	0.133	0.141	2.368	0.019*
2.ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X_2)	0.274	0.276	3.227	0.002*
3.การตอบสนองความต้องการ(X_3)	0.229	0.250	2.682	0.008*
4.การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า(X_4)	0.064	0.066	0.689	0.492
5.การรู้จักและเข้าใจลูกค้า(X_5)	0.210	0.200	2.755	0.007*
ค่าคงที่	0.377		1.428	0.155

$R=0.796$, $R^2 = 0.622$, $SEE = 0.350$, $F = 53.244$, $Sig=0.000$, * $P < 0.05$

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่าคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.622 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด ได้ร้อยละ 62.20 และเมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมี 4 ด้าน คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Beta =0.276) การตอบสนองความต้องการ (Beta=0.250) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Beta = 0.200) และความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Beta=0.141)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก(ประเทศไทย) จำกัด มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ สามารถอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด โดยอยู่ในระดับมากที่สุด ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก(ประเทศไทย) จำกัด การจัดสถานที่ให้มีความเป็นระเบียบ สะอาด เรียบร้อย ดังนั้นผู้รับบริการจึงให้ความสำคัญกับความเป็นรูปธรรมของบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา เรืองเนตร และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ ชาโด้ (2562) ทำการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่โดยรวมมีระดับที่น่าพอใจมากที่สุดโดยปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ และความใส่ใจลูกค้า

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด โดยอยู่ในระดับมากที่สุด ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก(ประเทศไทย) จำกัด มาตรฐานของสินค้าและบริการ ซึ่งผู้รับบริการของบริษัทยูโรเทคนิก(ประเทศไทย) จำกัด ได้ให้ความสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมา แก้วเวชชาย (2559) เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของด้านคุณภาพให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยรวมกันพยากรณ์ ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 78.10 ในขณะที่คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

3. ด้านการตอบสนองความต้องการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก (ประเทศไทย) จำกัด โดยอยู่ในระดับมากที่สุด ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก(ประเทศไทย) จำกัด การได้รับการดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการตอบสนองความต้องการ รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการตามลำดับ

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดและไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก(ประเทศไทย) จำกัด โดยในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิก(ประเทศไทย) จำกัด เจ้าหน้าที่มีบุคลิกน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ศรีบำรุงเมือง (2557) กล่าวว่า ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร

กรุงเทพ สาขาดอนหัวฟ่อ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับดีทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการของธนาคารกรุงเทพสาขาดอนหัวฟ่อแต่งกายสะอาดเรียบร้อยผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มอัธยาศัยดีมีความเป็นกันเอง ตลอดจน ผู้ให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฟ่อมีกิจกรรมรยาสุขภาพ

5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด โดยอยู่ในระดับมากที่สุด ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด เจ้าหน้าที่ใช้คำพูดที่ไพเราะสุภาพ อ่อนโยน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา ทวีพันธ์ และ แวมยุรา คำสุข (2558) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวชาวต่างชาติ จำนวน 308 คน และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงสุดคือ การรู้จักและเข้าใจลูกค้าการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า และความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญ .05 และระดับความสัมพันธ์ของปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ ร้อยละ 48.8

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้นำผลการวิจัยไปใช้

ผลของการวิจัยครั้งนี้พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด โดยคุณภาพของการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งคุณภาพของการบริการจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า แม้ว่าคุณภาพของการให้บริการทั้ง 5 ด้าน นั้นจะได้ระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด แต่จากผลการศึกษายังมีเรื่องที่ต้องปรับปรุง โดยผู้ทำวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยผู้วิจัยได้ตั้งคำถามทั้งหมด 4 ข้อ พบว่าข้อคำถามสถานที่รับรอง ที่นั่งรอ ห้องน้ำ มีความสะดวกและจำนวนเพียงพอ ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ผู้วิจัยเสนอแนะว่าบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด ควรปรับปรุงโดย เพิ่มพื้นที่รับรองสำหรับลูกค้า มีการแบ่งแยกให้เป็นสัดส่วน และนอกจากนี้แบ่งแยกห้องน้ำสำหรับผู้มาติดต่อให้ชัดเจน

2. ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ โดยผู้วิจัยได้ตั้งคำถามทั้งหมด 4 ข้อ พบว่าข้อคำถามความรวดเร็วในการให้บริการและแก้ไข ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรกำหนดระยะเวลาในการให้ข้อมูลและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างชัดเจน และตั้งเป้าหมายระยะเวลาในให้บริการเพื่อเจ้าหน้าที่

ปฏิบัติตามทั้งนี้เจ้าหน้าที่ควรพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการเข้าถึงข้อมูลการสืบค้นแนวทางการแก้ไขปัญหาเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการและการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า

3. ด้านการตอบสนองความต้องการ โดยผู้วิจัยได้ตั้งคำถามทั้งหมด 4 ข้อพบว่าข้อคำถามความสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการฝึกอบรมการสืบค้นหาข้อมูลและการแก้ไขปัญหาให้กับเจ้าหน้าที่ ซึ่งจะทำเจ้าหน้าที่มีแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งส่งผลให้มีการเพิ่มความรวดเร็วและแม่นยำในการแก้ไขปัญหาได้ดียิ่งขึ้นและเป็นการฝึกฝนให้เจ้าหน้าที่มีรู้อและชำนาญในการบริการนั้นๆ

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยผู้วิจัยได้ตั้งคำถามทั้งหมด 4 ข้อผลการวิจัยพบว่าข้อคำถามเกี่ยวกับ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลความรู้ตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการอบรมให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่ในด้านที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อช่วยให้สามารถตอบคำถามได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในบริษัทมากขึ้น

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ในข้อคำถามนี้มีคำถามย่อยทั้งหมด 4 ข้อ ผลการวิจัยพบว่าคำถามเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมให้บริการ นั้นเป็นข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ผู้วิจัยข้อเสนอแนะว่าบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด ควรฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความพร้อมในการบริการ รวมถึงปรับปรุงให้เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ลูกค้ามากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยตัวอื่นๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทยูโรเทคนิค(ประเทศไทย) จำกัด เช่นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยพฤติกรรมในการใช้บริการ เป็นต้น

2. เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจมากขึ้น ควรเพิ่มการทำวิจัย เชิงคุณภาพควบคู่กับวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ทิพนันท์ และ แวมมยุรา คำสุข. (2558). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. วารสารธุรกิจปริทัศน์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก.

- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ่อ จังหวัดชลบุรี, วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน.มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- เบญจภา แจ้งเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- บริษัท ยูโรเทคนิค(ประเทศไทย)จำกัด. (2563). *ประวัติความเป็นมา* สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.eurotecniche.com/en/company/company-profile/>
- ปิยณัฐ จันท์เกิด. (2560). *คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครสวรรค์ตามการรับรู้ของประชาชน. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการภาครัฐแนวใหม่, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.*
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.git.or.th/infocenter-stat/?Lang=TH>
- สสว สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. *สถิติการส่งออกเครื่องประดับ* สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=12>
- หทัยรัตน์ บันลือ. (2556). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ด้านการจ้ดกา, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.*
- อาทิตยา เรืองเนตร และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ ชาติ. (2562). *ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.งานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.*
- Millet J.D. (1954). *Management in the publics service: The quest for effective performance.* New York: Mcgraw-Hill Book Compan.