

การศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการหลังการขาย ของ บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด

นายอาทร นกแก้ว

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้มาใช้บริการบริษัทอิน-จันหุ่นจำลอง มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้มาใช้บริการหลังการขายบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการหลังการขายของบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด และ 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการต่อการบริการหลังการขายของบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างตัวอย่าง คือ ผู้มาใช้บริการหลังการขายโมเดล 3มิติ กับ บริษัท อิน-จัน -หุ่น จำลอง จำนวน 162 คน การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเพื่อการบรรยายได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, One-Way ANOVA การทดสอบความค่าเฉลี่ยแตกต่างกันรายคู่ด้วยวิธี LSD และ Pearson Product-Moment Correlation Coefficient

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-33 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ และความพึงพอใจในการให้บริการหลังการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในบริการหลังการขาย แตกต่างกัน แต่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการหลังการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

หลักการและเหตุผลในการทำวิจัย

ในปัจจุบันธุรกิจสิ่งพิมพ์ของประเทศไทยนั้นได้มีการส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของภูมิภาคอาเซียนคิดเป็นเงินปีละ 6หมื่นล้านบาท และเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว มูลค่าการส่งออกน่าจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 1แสนล้านบาท (กลุ่มงานส่งเสริมธุรกิจบริการ สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้าเมษายน 2557) ธุรกิจแบบพิมพ์จำลอง 3 มิติถือเป็นช่องทางใหม่สำหรับธุรกิจสิ่งพิมพ์และเป็นที่ยอมรับอย่างมากในต่างประเทศ สำหรับประเทศไทยนั้นเริ่มเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้นใน 2-3ปีที่ผ่านมาพร้อมกับการแข่งขันที่สูงขึ้นทุกปีของธุรกิจแบบพิมพ์

จำลอง 3 มิติ การพัฒนาแบบพิมพ์จำลอง 3 มิติจึงต้องมีความหลากหลายครอบคลุมและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น(ศุภชัย ปราบใหญ่, 2557)

ทำให้ผู้ประกอบการต้องสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อแย่งส่วนแบ่งการตลาดรวมทั้งการแข่งขันในเรื่องส่วนประสมทางการตลาด อาทิเช่น ด้านสินค้า (PRODUCT) ด้านราคา (PRICE) ด้านสถานที่ (PLACE) และด้านกิจกรรมสนับสนุน (PROMOTION) (ธวัช เชมธร, 2552)

องค์การที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการให้บริการทั้งหลายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนนอกจากการให้บริการในเบื้องต้นที่ดีแล้วยังให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย(AFTER SALE SERVICE) เป็นอย่างมากโดยยึดถือความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ เนื่องจากการให้บริการหลังการขายที่ดีมีคุณภาพจะทำให้ผู้ใช้บริการภักดีต่อองค์กรและเป็นผู้ใช้บริการประจำขององค์กรตลอดไป (ประภาวดี สืบสนธิ, 2546) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการหลังการขาย (AFTER SALE SERVICE) ถือว่าเป็นจุดสำคัญมากที่สุดที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้กับลูกค้าในธุรกิจและกระตุ้นให้เกิดความภักดีในตราสินค้าขึ้นกับบริษัทได้ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเริ่มให้ความสนใจและให้บริการหลังการขายด้านต่างๆมากยิ่งขึ้นเพราะเชื่อว่าการบริการที่ดีนั้นมีความเหมาะสมกับราคาที่ได้จ่ายไป (ธวัช เชมธร 2552)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในเรื่องของความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการหลังการขายของบริษัทอิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัดโดยศึกษาประเด็นต่างๆเช่นในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาดอย่าง 4P PRODUCT,PRICE, PLACE, PROMOTION ว่ามีผลต่อผู้มารับบริการได้รับความพึงพอใจในการบริการหลังการขายอยู่ในระดับใด เพราะด้วยยอดขายในเดือนมกราคม 2558 มียอดขายหน่วยโมเดล 3 มิติที่ดีขึ้นกว่าปีที่แล้วแต่ไม่เป็นอย่างที่คาดการณ์ไว้(ศุภชัย ปราบใหญ่, 2558) ซึ่งผู้วิจัยในฐานะของพนักงานประจำของบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด เห็นว่าหากองค์กรไม่มีการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการหลังการขายที่ดีพอหากส่งผลต่อการแข่งขันของคู่แข่งที่ได้เปรียบด้านราคาและภาพลักษณ์ของแบรนด์ในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อตอบคำถามในการวิจัยที่ข้างต้น ผู้วิจัยจึงกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้มาใช้บริการหลังการขายบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการหลังการขายของบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด

3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการต่อการบริการหลังการขายของบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมแนวคิดเอกสารงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คือผู้ที่ใช้บริการหลังการขายของบริษัทอินจัน หุ่นจำลองจำกัดที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์คือ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาและ อาชีพที่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คือปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน คือ สินค้า ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการหลังการขายแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตที่จะทำการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนคือ ขอบเขตด้านประชากร ขอบเขตด้านเนื้อหาและขอบเขตด้านเวลา

1.1.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรศึกษา คือ ผู้มาใช้บริการหลังการขาย กับ บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ใน ปี 2014 ทุก ๆ ไตรมาส โดยแบ่งเป็นไตรมาสที่1 300 คน ไตรมาสที่2 350 คน ไตรมาสที่3 360 คน ไตรมาสที่4 400 คน รวม 1410 คน (ข้อมูลเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2558 ฝ่าย ธุรกิจ-บัญชี บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด)

โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ได้มาจากวิธีการคำนวณสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างอิงใน อีรุณี เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเคลื่อน ร้อยละ 0.07 และได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 196 คน โดยจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 17) ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ธนพร ชุมวรฐายี (2539 : 11) 5 ด้านคือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ขอบเขตการศึกษา “การบริการหลังการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ” โดยระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประมาณ 1 เดือน เริ่มตั้งแต่ 1 มีนาคม 2558 ถึง 30 เมษายน 2558

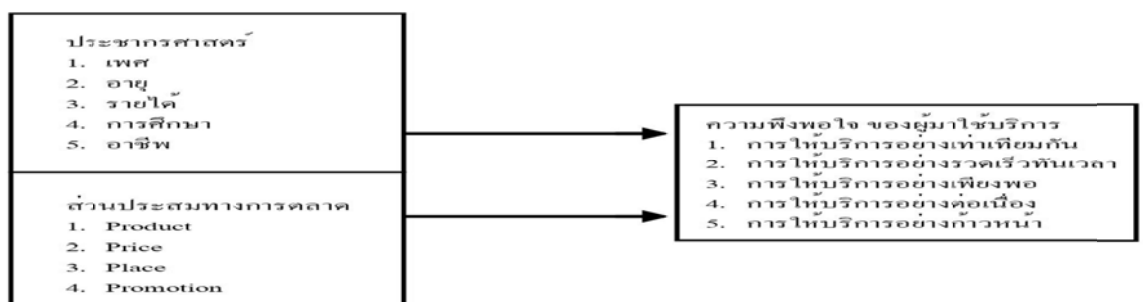
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นประโยชน์ได้ดังนี้

1. เพื่อให้ทราบถึงลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการหลังการขายของบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการหลังการขายของ บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด
3. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการต่อบริการหลังการขายของบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบริการหลังการขายอยู่ในระดับใด
4. เพื่อนำปัญหาและอุปสรรคมาแก้ปรับปรุง และตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการให้ตรงต่อความต้องการมากที่สุด
5. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาคุณภาพบุคลากรและธุรกิจในเรื่องการบริการหลังการขายให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาการวิจัย “ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการหลังการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้มาใช้บริการ บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ” ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไว้ดังนี้



รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มในการสำรวจข้อมูลทำประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้มาใช้บริการหลังการขายของบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด จำนวน 1410 คน และผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างคือผู้มาใช้บริการหลังการขายจำนวน 196 คน

สถานที่สำรวจ

ร้าน ME-LIMITED EDITION

สถิติที่ใช้ในการสำรวจ

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยใช้การ random จากสมาชิกที่มาใช้บริการทั้งหมดเพื่อหาจำนวนที่ต้องทำการแจกแบบสอบถาม

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือ

1) แบบสอบถาม

- ศึกษาค้นคว้า เอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- สร้างแบบสอบถามแบบเลือกตอบและแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 อันดับ (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert)
- เมื่อสร้างเครื่องมือในการศึกษาวิจัยเสร็จแล้วได้นำแบบสอบถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามนั้น

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในงานวิจัย

ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ทั้งหมดโดยใช้เครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษา ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) การวิเคราะห์ความคิดเห็นพัฒนาคุณภาพให้บริการของวิทยาลัยการ
- 3) ชลประทาน เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดในยุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4) การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของวิทยาลัยการชลประทานเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดในยุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกันใช้วิธีการทดสอบด้วยค่าสถิติ ใช้ t-test และ (One Way Analysis of Variance : ANOVA) ในการทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของ 2 กลุ่ม และมากกว่า 2 กลุ่มตามลำดับ ทำการสรุปผลสมมติฐานว่า ยอมรับ หรือปฏิเสธ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยนำเสนอข้อมูลด้วยตารางทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 มีอายุ 26-33 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3

2. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านสินค้า ซึ่ง 2 ด้านมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับมาก และด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเมื่อพิจารณารายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ที่มาใช้บริการหลังการขายของบริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัดที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในบริการหลังการขายไม่แตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในบริการหลังการขาย ในเรื่อง การให้บริการด้วยความเสมอภาค การให้บริการอย่างรวดเร็ว และตรงต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอด้านบุคลากร การให้บริการอย่างติดตามต่อเนื่อง การให้บริการอย่างมีความพัฒนา และภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการหลังการขาย ในเรื่อง การให้บริการด้วยความเสมอภาค การให้บริการอย่างรวดเร็ว และตรงต่อเวลา การให้บริการอย่างมีความพัฒนา และภาพรวม ไม่แตกต่างกัน แต่ การให้บริการอย่างเพียงพอด้านบุคลากร และการให้บริการอย่างติดตามต่อเนื่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การพัฒนา และภาพรวม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ การให้บริการอย่างเพียงพอด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของ บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ

1) ด้านสินค้า

จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากน้อยไปหามากพบว่า น้อยที่สุด คือ การซ่อมแซมสินค้าให้เหมือนรูปทรงเดิมและการเปลี่ยนสินค้ากรณีชำรุด หรือมีตำหนิ อยู่ในระดับเดียวกัน รองลงมาคือ มาตรฐานของสินค้า และสูงที่สุดคือรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้า จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่า บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ควรหาวิธีเพื่อจัดการปัญหาในเรื่องของการซ่อมแซมสินค้าให้เหมือนรูปทรงเดิมและการเปลี่ยนสินค้ากรณีชำรุด หรือมีตำหนิให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยการมีการจัดอมรพนักงานในด้านของการซ่อมแซมและ มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าทุกชิ้นก่อนส่งถึงมือลูกค้า ส่วนในกรณีที่สินค้าชำรุดหรือมีตำหนิก่อนถึงมือลูกค้า นั้น ทางบริษัทควรมีการตรวจคุณภาพสินค้าทุกชิ้นอย่างระมัดระวังมากขึ้น ในทุก ๆ ขั้นตอนเพื่อไม่ให้สินค้าเกิดความเสียหายก่อนส่งมอบสินค้าถึงมือลูกค้า

2) ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากน้อยไปหามากพบว่า น้อยที่สุด คือ ราคาสินค้ามีความยืดหยุ่นหรือต่อรองได้ และราคาสินค้าถูกกว่าคู่แข่ง อยู่ในระดับเดียวกัน รองลงมาคือ ความเหมาะสมด้านราคา และสูงที่สุดคือสามารถชำระเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต หรือการผ่อนชำระได้ จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่า บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ควรหาวิธีเพื่อจัดการปัญหาในเรื่องของ ราคาสินค้ามีความยืดหยุ่นหรือต่อรองได้ และ ราคาสินค้าถูกกว่าคู่แข่ง ที่อยู่ในระดับเดียวกัน โดยทางบริษัท ควรมีการปรับเปลี่ยนราคาสินค้าให้ลดลงจากเดิม และ ศึกษาราคาสินค้าของคู่แข่งชั้นภายในตลาดว่ามีค่าเฉลี่ยเหมาะสมที่เท่าใด และนำราคานั้นมาปรับปรุงในการกำหนดราคาสินค้า

3) ด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากน้อยไปหามากพบว่า น้อยที่สุด คือ สถานที่มีที่จอดรถให้บริการเพียงพอ และรองลงมาคือ บรรยากาศของร้านและพนักงานเป็นมิตรพร้อมให้บริการอยู่เสมอ ภายในสำนักงานมีความกว้างขวางเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ การเดินทางมีความสะดวกสบายและพบสถานที่ได้ง่าย ทั้ง 3 ข้อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเหมือนกัน จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่า บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ควรหาวิธีเพื่อจัดการปัญหาในเรื่องของ สถานที่มีที่จอดรถให้บริการเพียงพอ

ควรมีการจัดหาสถานที่ในการจอดรถให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากน้อยไปหามากพบว่า น้อยที่สุด คือ การให้คูปองส่วนลดลูกค้าในการใช้บริการครั้งต่อไป รองลงมาคือ การรับประกันการซ่อมแซมของสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และการเปลี่ยนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนดโดยไม่มีค่าใช้จ่าย น้อยอยู่ในระดับเดียวกัน จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่า บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ควรหาวิธีเพื่อจัดการปัญหาในเรื่องของมีการให้คูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าในครั้งต่อไป

ความพึงพอใจในการให้บริการหลังการขาย

1) การให้บริการด้านความเสมอภาค

จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากน้อยไปหามากพบว่า น้อยที่สุด คือ ท่านได้รับการบริการหลังการขายตามมาตรฐานอย่างเหมาะสม รองลงมาคือ ท่านได้รับการตามลำดับก่อนหลังตามระเบียบเสมอ บริษัท ให้บริการโดยไม่แบ่งแยกผู้มารับบริการ และ ท่านได้รับความเท่าเทียมกันในการให้บริการหลังการขาย อยู่ในระดับเดียวกัน จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่า บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ควรหาวิธีเพื่อจัดการปัญหาในเรื่องของการปรับปรุงเรื่องบริการหลังการขายให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น โดยการจัดอบรมพนักงานหรือมีการมอบรางวัลให้แก่พนักงานดีเด่นประจำปีเพื่อเป็นแรงผลักดันในการทำงาน

2) การให้บริการอย่างรวดเร็วและตรงต่อเวลา

จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากน้อยไปหามากพบว่า น้อยที่สุด คือ พนักงานของบริษัท อิน-จัน มีขั้นตอนการปฏิบัติงานแบ่งแยกกันอย่างชัดเจน และพนักงานของบริษัท อิน-จัน มีความตรงต่อเวลาเมื่อถึงเวลานัดหมายของท่าน ทั้ง2ข้อนี้อยู่ในระดับเดียวกัน รองลงมาคือ พนักงานของบริษัท อิน-จัน ให้บริการแก่ท่านด้วยความรวดเร็วต่อเวลาที่ท่านต้องการและพนักงานของบริษัท อิน-จัน ให้บริการแก่ท่านทุกช่วงเวลาปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม(10.30 -21.00 น.)ทั้ง2ข้อนี้มีอยู่ในระดับเดียวกัน จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่า บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ควรหาวิธีเพื่อจัดการปัญหาในเรื่องของการปรับปรุงเรื่อง พนักงานของบริษัท อิน-จัน มีขั้นตอนการปฏิบัติงานแบ่งแยกกันอย่างชัดเจน และพนักงานของบริษัท อิน-จัน มีความตรงต่อเวลาเมื่อถึงเวลานัดหมายของท่าน โดยการจัดการแบ่งหน้าที่แยกแยะภาระของพนักงานแต่ละคนเป็นหมวดหมู่ทำงานไม่ซ้ำซ้อนกับเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการและควรมีตารางนัดหมายอย่างชัดเจน วางแผนการเดินทางล่วงหน้าหากต้องออกนอกสถานที่เพื่อไปถึงที่หมายได้ตรงต่อเวลา

3) การให้บริการอย่างเพียงพอด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากน้อยไปหามากพบว่า น้อยที่สุด คือ พนักงานของบริษัท อิน-จัน มีความรู้และความเชี่ยวชาญเพียงพอในการให้บริการแก่ท่าน รองลงมาคือ พนักงานของบริษัท อินจัน มีช่างซ่อมช่างเทคนิค เพียงพอต่อการบริการหลังการขาย พนักงานของบริษัท อินจันได้อำนวยความสะดวกให้ท่านในการติดต่อประสานงานอย่างราบรื่นและเพียงพอ และ พนักงานของบริษัท อินจัน มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการหลังการขาย ทั้ง 3 ข้ออยู่ในระดับเดียวกัน จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่า บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ควรหาวิธีเพื่อจัดการปัญหาในเรื่องของการปรับปรุงเรื่องพนักงานของบริษัท อิน-จัน มีความรู้และความเชี่ยวชาญเพียงพอในการให้บริการแก่ท่านโดยการจัดอบรมให้พนักงานและมีการหมุนเวียนงานกันทำในทุก ๆ 1-3 เดือนเพื่อพนักงานจะได้มีทักษะในการทำงานและประสบการณ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่าง

4) การให้บริการอย่างติดตามต่อเนื่อง

จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากน้อยไปหามากพบว่า น้อยที่สุด คือ พนักงานของบริษัท อินจัน มีการติดตามผลการให้บริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ พนักงานของบริษัท อินจัน มีการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการหลังการขายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และบริษัท อินจัน มีการตรวจสอบผลการให้บริการหลังการขายทุกครั้ง ทั้ง 3 ข้อนั้นอยู่ในระดับเดียวกัน จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่า บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ควรหาวิธีเพื่อจัดการปัญหาในเรื่องของการปรับปรุงเรื่อง ทั้ง 3 เรื่อง กล่าวคือ โดยการพัฒนากระบวนการติดตามงานหรือบริการหลังการขายให้ดียิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าทั้ง 3 ข้อจะอยู่ในระดับมาก อยู่แล้วก็ตามเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพให้แก่ทาง บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด

5) การให้บริการอย่างมีความพัฒนา

จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากน้อยไปหามากพบว่า น้อยที่สุด คือ บริษัท อิน-จัน จำกัด มีพัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อรองรับลูกค้าจากต่างประเทศที่จะหลั่งไหลเข้ามาในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเพียงพอ รองลงมาคือ บริษัท อินจัน จำกัด มีการนำข้อผิดพลาดและบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไขอยู่เสมอ และ บริษัท อิน-จัน จำกัด มีการปรับปรุงการให้บริการหลังการขายอยู่เสมออยู่ในระดับเดียวกัน จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่า บริษัท อิน-จัน หุ่นจำลอง จำกัด ควรหาวิธีเพื่อจัดการปัญหาในเรื่องของการปรับปรุงเรื่อง บริษัท อิน-จัน จำกัด มีพัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อรองรับลูกค้าจากต่างประเทศที่จะหลั่งไหลเข้ามาในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเพียงพอ โดยการทำโฆษณาลงเว็บไซต์หรือฝึกทักษะทางด้านภาษาให้แก่พนักงานเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมรับลูกค้าจากต่างประเทศที่จะหลั่งไหลเข้ามาในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและลูกค้าชาวต่างชาติอีกด้วย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- อุไรวรรณ จันทจเจริญวงศ์ (2555: บทคัดย่อ) วิทยานิพนธ์ คุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- ดร.ปกศรัย ชัยวัฒน์ (2555: บทคัดย่อ) วิทยานิพนธ์ ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการของสถานพยาบาลในระบบประกันสังคม
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา (2543 : 8) งานวิจัย คุณภาพบริการของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- เกอร์สัน ริชาร์ด. คู่มือปฏิบัติ...วิธีวัดความพึงพอใจลูกค้า. แปลจาก Measuring Customer Satisfaction โดย พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. กรุงเทพฯ: บีโบริทบุ๊กส์, 2546.คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. แนวทางการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา : เพื่อพร้อมรับการประเมินภายนอก. กรุงเทพฯ: สกศ., 2543.
- จรัส สุวรรณมาลา. การตรวจสอบผลงานดำเนินงาน: กลยุทธ์ในการปรับปรุงบริการภาครัฐ. กรุงเทพฯ: กราฟิเคฟอรัม, 2539.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2540.
- จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์และคนอื่น ๆ. การวิจัยและพัฒนาดัชนีชี้วัดคุณภาพบริการของโรงพยาบาลคู่สัญญาภายใต้ระบบประกันสังคม: ระยะที่ 1 การสร้างและทดสอบดัชนีชี้วัดคุณภาพ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2548.
- ชนัดต์ พูนเดช. การศึกษาสภาพความพึงพอใจต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2545.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546.
- ถวัลย์ เทียนทอง. ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิสเชส จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์, 2548.
- ทองใบ สุดซารี. การวิจัยธุรกิจ: ปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือจากตำรา. อุบลราชธานี: คณะบริหารธุรกิจ และการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2549.
- ธงชัย สันติวงษ์. การตลาดยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์, 2539.

- ธนพร ชุมวรรฐายี. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด:
ศึกษากรณีจังหวัดอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ สังคมศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539.
- ธีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ
พรีนซ์, 2547.
- นชพรรณ จันทอง. การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการเรียนการสอนระดับ
ปริญญาตรี สาขาวิชาการพิมพ์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัย
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2544.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. มหาสารคาม: อภิชิต, 2535.
- ประสพ มาฤทธิ. ความพึงพอใจของข้าราชการครูสายผู้บริหารโรงเรียนและสายผู้ปฏิบัติการสอน
ที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหาร สำนักงานการประถมศึกษา ในจังหวัด
อุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี, 2543.
- ปรัชญา เวสารัชช. บริการประชาชน-ทำได้ไม่ยาก (ถ้าอยากทำ). กรุงเทพฯ: กราฟิฟอร์แมท,
2540.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, 2546.
- พันธิต ปิณฑะดิษ. การศึกษาการคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารคลองลาดพร้าว. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.
- พิกุล สมจิตต์. การศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการเรียนของนักศึกษา
โปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา ระดับปริญญาตรี กลุ่มสถาบันราชภัฏเขตภูมิศาสตร์
ภาคใต้. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระ
จอมเกล้าธนบุรี, 2545.
- พิทักษ์ ตรุษทิม. ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ
กรุงเทพมหานคร: ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานเขตยานนาวา. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2538.
- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. คู่มือปฏิบัติ...วิธีวัดความพึงพอใจลูกค้า. กรุงเทพฯ: ปีเบิร์ทบุ๊คส์, 2546.
- พิรุณ รัตนวนิช. คุณภาพการบริการด้านสาธารณสุขสำหรับพยาบาล. กรุงเทพฯ: มายด์ พับลิชชิ่ง,
2545.

เพทาย คุ่มคำมี. การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เป็นผู้ดำเนินการเอง. ปัญหาพิเศษปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา, 2546.

ภาสกร จันทมงคลเลิศ. การพัฒนาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพในงานบริการ : กรณีศึกษาสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.