

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ

ชัชฎา ปั่นบุญ

ผศ.ดร.นันทสรี สุขโต

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรของ บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ โดยทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าองค์กรที่มีการใช้สินค้าและบริการ ในด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพ ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ การสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้เป็นลูกค้าที่ใช้สินค้าและบริการบริเวณพื้นที่ระยองเศรษฐกิจจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จำนวน 155 องค์กร

ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าองค์กรส่วนใหญ่เป็นประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตธุรกิจขนาดใหญ่ (จำนวนพนักงานมากกว่า 200) พื้นที่ที่ใช้สินค้าและบริการจังหวัดฉะเชิงเทรา ระยะเวลาที่ใช้สินค้าและบริการ 4 ปีขึ้นไป สินค้าและบริการที่ใช้งานสื่อสารความเร็วสูงแบนด์วิดท์ที่ใช้งานต่ำกว่า 10 Mbps งบประมาณที่ใช้สำหรับสินค้าและบริการต่ำกว่า 10,000 บาท

จากการตั้งสมมติฐานที่ 1 สรุปได้ว่า ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการใช้สินค้าและ บริการประเภทสินค้าและบริการและงบประมาณสำหรับการใช้สินค้าและบริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ แตกต่างกัน และ สมมติฐานที่ 2 สรุปได้ว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์มากต่อความพึงพอใจรวมในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ

1. บทนำ

บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ผู้ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศครบวงจร ได้รับสัมปทานให้บริการสื่อสารสัญญาณความเร็วสูงให้กับองค์กรธุรกิจในปี พ.ศ. 2539 โดย UIH บริหารภายใต้กลุ่มเบญจจินดา ซึ่งมีประสบการณ์ด้านโทรคมนาคมมายาวนานกว่า 50 ปี และประสบการณ์กว่า 20 ปี ในธุรกิจสื่อสารความเร็วสูง มีการให้บริการระบบเครือข่ายความเร็วสูง และโซลูชันการสื่อสารโทรคมนาคมครบถ้วน ตั้งแต่เครือข่ายสื่อสารความเร็วสูงภายในประเทศและต่างประเทศ บริการอินเทอร์เน็ตระดับองค์กร

บริการคลาวด์แบบครบวงจร บริการด้านความปลอดภัย ข้อมูลสารสนเทศภายในองค์กรของลูกค้า โดยทาง บริษัทฯ เป็นเจ้าของโครงข่ายและมีการบริหารระบบเครือข่ายทั้งหมดด้วยตนเองและทำการตรวจสอบ เครือข่ายด้วยตนเอง และมีการแจ้งเตือนเมื่อเครือข่ายขัดข้องพร้อมส่งมอบรายงานประจำเดือนให้กับลูกค้ามี ในส่วนของศูนย์บริหารเครือข่ายและศูนย์บริการกระจายอยู่ทั่วประเทศจำนวน 40 ศูนย์ ครอบคลุมทุกภาค ส่วน และศูนย์บริการ CCARE ที่มีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลพร้อมให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง 365 วัน อีกทั้งบริษัทฯ ผ่านการรับรอง ISO/IEC 27001 ซึ่งเป็นข้อกำหนดสำหรับการพัฒนาระบบบริการความมั่นคงปลอดภัย สารสนเทศเพื่อสร้างความมั่นใจและมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพของความมั่นคงและความปลอดภัย สารสนเทศขององค์กรรวมถึงการดำเนินการที่สอดคล้องตามข้อกำหนดด้านระบบความมั่นคงปลอดภัยทั้ง ของลูกค้า ข้อกำหนด และระเบียบข้อบังคับต่างๆ และผ่านการรับรองในเรื่องของมาตรฐาน MEF Certificate มาตรฐาน Service Certificate แสดงให้เห็นถึงศักยภาพให้บริการระบบเครือข่ายประสิทธิภาพที่ สูงที่บริษัทฯ สามารถให้บริการได้ตามมาตรฐาน

โครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก เป็นแผนยุทธศาสตร์ต่างประเทศโดยภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 ที่พัฒนาต่อจากความสำเร็จของแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก โครงการระเบียงเศรษฐกิจภาค ตะวันออกเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ประเทศมีการพัฒนายิ่งขึ้น ด้วยการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ย 8%ต่อปี ด้วยความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานเดิมและประกอบกับทำเลที่ตั้งที่มีความได้เปรียบในการเป็น ศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาครวมทั้งชื่อเสียงและมาตรฐานระดับโลกโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาค ตะวันออกจึงเป็นความหวังใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศในยุคอุตสาหกรรม 4.0 (2560 : เกร็ด การเงิน การเงินธนาคาร ฉบับที่421)คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบหลักการของโครงการระเบียงเศรษฐกิจ (Eastern Economic Corridor Development) โดยมีกรอบแนวคิดของการดำเนินโครงการ ดังนี้

1. พื้นที่ที่ดำเนินการ 3 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา
2. การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานประกอบด้วยทางอากาศ ทางเรือ และทางถนน
3. การดึงดูดภาคเอกชน ประกอบด้วย การให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนเพิ่มขึ้นจากเดิมการจัดตั้งกองทุนพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ(2559:สำนักงานเลขาธิการ คณะรัฐมนตรี)

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ ในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ ตามหลักทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจการใช้สินค้าและ บริการของลูกค้าองค์กรบริษัทยูไนเต็ดอินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ ในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ

3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจรวมในแต่ละด้านในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด

2. สมมุติฐานการศึกษา

1. ประเภทธุรกิจของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของการใช้สินค้าและบริการแตกต่างกัน
2. ขนาดธุรกิจของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของการใช้สินค้าและบริการแตกต่างกัน
3. พื้นที่ที่ใช้บริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของการใช้สินค้าและบริการแตกต่างกัน
4. ระยะเวลาในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของการใช้สินค้าและบริการแตกต่างกัน
5. สินค้าและบริการที่ใช้แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด แตกต่างกัน
6. แบนด์วิดท์ในใช้งานที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด แตกต่างกัน
7. งบประมาณในการจ่ายสินค้าและบริการที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด แตกต่างกัน
8. ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด

3. ขอบเขตการศึกษา

องค์กรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ องค์กรที่ใช้สินค้าหรือบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่เขตระเบียบเศรษฐกิจ คือ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง การเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรของ Yamane โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และมีระดับนัยสำคัญที่ 0.5 ได้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่าจำนวน 150 ตัวอย่าง โดยมีระยะเวลาในการศึกษาระหว่างเดือนตุลาคม – เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2560

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำข้อมูลความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพ และเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าและการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าองค์กรเกิดความพอใจสูงสุด
2. สามารถนำข้อมูลความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรมาเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านการตลาดของบริษัทต่อไปในอนาคต
3. ผลของการศึกษาความพึงพอใจสามารถวัดศักยภาพของบุคลากรภายในบริษัทและนำมาพัฒนาบุคลากรของบริษัทเพิ่มเติมเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าองค์กรต่อไป
4. การศึกษาความพึงพอใจครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับด้านความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการในอนาคต

5. ระเบียบงานวิจัย

ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนั้นเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้ในการวัดความพึงพอใจในการใช้ สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเตค อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจ ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามด้านข้อมูลพื้นฐานองค์กร เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียด เกี่ยวกับลูกค้าองค์กรที่ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเตค อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ จำนวน 28 ข้อ เป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ

ระดับของความพึงพอใจ

ระดับ 5	หมายถึง	พึงพอใจมาก
ระดับ 4	หมายถึง	พึงพอใจ
ระดับ 3	หมายถึง	เฉยๆ
ระดับ 2	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่พึงพอใจมาก

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจรวมในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้า องค์กร บริษัท ยูไนเตค อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ ความพึงพอใจรวมลักษณะคำถามจะเป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ

ระดับของความพึงพอใจ

ระดับ 5	หมายถึง	พึงพอใจมาก
ระดับ 4	หมายถึง	พึงพอใจ
ระดับ 3	หมายถึง	เฉยๆ
ระดับ 2	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่พึงพอใจมาก

6. ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรที่ตอบแบบสอบถามลูกค้าองค์กรที่ตอบแบบสอบถามเป็นองค์กรประเภทอุตสาหกรรมการผลิตจำนวน 90 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 58.1 ประเภทผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคจำนวน 36 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.2 ประเภทผู้ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต 11 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.1 ประเภทที่พักแรมและบริการด้านอาหาร 11 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.1 และประเภทการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า 7 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.5 ซึ่งองค์กรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นองค์กรที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (จำนวนพนักงานมากกว่า 200) จำนวน 108 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 69.7 พื้นที่ที่ใช้สินค้าและบริการจังหวัดละเชิงเทรา จำนวน 53 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 34.2 ระยะเวลาที่ใช้สินค้าและบริการของบริษัท อยู่ในเขตอินฟอร์เมชัน ไฮเวย์ จำกัด 4 ปีขึ้นไป จำนวน 60 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 38.7 สินค้าและบริการที่ลูกค้าองค์กรใช้งานเป็นวงจรสื่อสารความเร็วสูง จำนวน 96 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 61.9 แบนด์วิดท์ที่ลูกค้าองค์กรใช้งานต่ำกว่า 10 Mbps จำนวน 101 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 65.2 และงบประมาณที่ใช้สำหรับสินค้าและบริการต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 104 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 67.1

2. การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดการในใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท อยู่ในเขต อินฟอร์เมชันไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ โดยแบ่งเป็น 7 ด้าน 2.1) ด้านสินค้าและบริการโดยรวม แปลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้วยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการจัดทำรายงานการใช้งานแบนด์วิดท์ตรงตามความต้องการลูกค้า บริการหลังการขายเป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางบริษัทตกลงกับทางลูกค้า คุณภาพการให้บริการของอุปกรณ์และการอัปเดตซอฟต์แวร์ภายในอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ สินค้าและบริการตรงตามความต้องการและข้อจำกัดของลูกค้า ความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ใช้งานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การให้บริการเป็นไปตามเงื่อนไขสัญญาที่บริษัทตกลงกับทางลูกค้า แปลผลอยู่ในระดับความพึงพอใจค่อนข้างมากและ ความเสถียรของระบบ (Reliability) ในการใช้งานโดยวัดจากความถี่และระยะเวลาในการเกิด Downtime ด้านความปลอดภัยของระบบเครือข่ายในการให้บริการ แปลผลอยู่ในระดับปานกลาง 2.2) ด้านราคาโดยรวมแปลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้วยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ 3.53 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความพึงพอใจความหลากหลายทางด้านราคาตอบสนองลูกค้าองค์กรทุกกลุ่มทุกระดับ ราคา

ความเหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่นในกลุ่มธุรกิจการสื่อสาร แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมากและราคามีความคุ้มค่าและเหมาะสมต่อการเลือกใช้บริการ แผลผลอยู่ในระดับปานกลาง 2.3) ด้านสถานที่โดยรวม แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้วยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าศูนย์บริการหลังการขายสามารถให้บริการลูกค้าได้ทุกพื้นที่ที่ลูกค้าใช้บริการอยู่ เครือข่ายเน็ตเวิร์กในการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ที่ลูกค้าต้องการใช้งาน แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมาก 2.4) ด้านส่งเสริมการขายโดยรวม แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้วยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมอบของขวัญแทนคำขอบคุณให้กับลูกค้าในเทศกาลสำคัญจัดโปรโมชันส่วนลดให้สำหรับลูกค้าทุกกลุ่มและทุกระดับ แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยระดับความพึงพอใจการมอบของขวัญแทนคำขอบคุณให้กับลูกค้าในเทศกาลสำคัญ อยู่ในระดับค่อนข้างมากและการจัดกิจกรรมทางสื่อออนไลน์และจัดงานสัมมนาให้ความรู้กับลูกค้า จัดแพ็คเกจให้ตรงตามความต้องการลูกค้าสำหรับทุกกลุ่มและทุกระดับ แผลผลอยู่ในระดับปานกลาง 2.5) ด้านบุคลากร โดยรวม แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้วยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทีมขายที่ดูแลเอาใจใส่ตั้งแต่นำเสนอบริการจนถึงตลอดการใช้งาน มีทีมงานติดตั้งที่มีความรู้ความชำนาญดำเนินการติดตั้งและปิดงานเรียบร้อย มีบุคลากรบริการด้านทางเทคนิคให้กับลูกค้าถึงสถานที่ที่ลูกค้าใช้งาน มีทีมผู้เชี่ยวชาญของทางบริษัทให้คำแนะนำก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีหน่วยงานที่สามารถให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาตลอดการใช้งาน แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมาก 2.6) ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้วยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งสินค้าและบริการชัดเจนและรวมไปถึงการแก้ไขปัญหา ด้านการติดต่อสื่อสารในช่องทางต่างๆ ด้านการดำเนินการติดตั้งและส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมาก 2.7) ด้านกายภาพ โดยรวม แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้วยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รถยนต์สำหรับบริการลูกค้ามีโลโก้ของบริษัทพร้อมระบุหมายเลขรถเพื่อให้จดจำง่าย การแต่งกายของพนักงาน UIH เมื่อมีการพบปะกับลูกค้า การพาดผ่านของสายสัญญาณในพื้นที่ต่างๆมีความเป็นระเบียบ แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมาก 2.8) ความพึงพอใจรวมในการใช้สินค้าและบริการ โดยรวม แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมากด้วยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการหรือขั้นตอนในการให้บริการ ความพึงพอใจด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ แผลผลอยู่ในระดับค่อนข้างมาก

7. อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัทยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ

จากการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัทยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ พบว่า มีระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กร บริษัท ยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมากทุกด้านซึ่งแสดงให้เห็นว่า บริษัท ยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด มีการสร้างความประทับใจหรือ คุณภาพของสินค้าและการบริการให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการอยู่นั้นเกิดความพึงพอใจและเป็นการรักษาลูกค้าปัจจุบันไว้ให้เป็นระยะเวลานานเพื่อสร้างฐานลูกค้าที่ยั่งยืน หากมาดูเป็นรายข้อพบว่า ด้านสินค้าและบริการ จากการศึกษพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัทยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านราคา จากการศึกษพบว่าระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัทยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาราพร สุริยา ,2542 ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารทไซเบอร์เน็ต พบว่าปัจจัยในด้านราคาเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้า รองลงมาคือสถานที่ติดต่อที่สะดวก ด้านสถานที่ จากการศึกษพบว่าระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัทยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tor Wallin Andreassen (2000) ได้ศึกษาเรื่องสิ่งที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการแก่สถานการณ์ (กู้คืน) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการแก้สถานการณ์เมื่อเกิดปัญหาอย่างมาก ซึ่งสุดท้ายแล้วหากการบริการกู้คืนสถานการณ์ไม่ประสบผลสำเร็จ จะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสูงมาก ด้านส่งเสริมการขายจากการศึกษพบว่าระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัทยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านบุคลากรด้านส่งเสริมการขายจากการศึกษพบว่าระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัทยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริพร วิษณุหิมาชัย (2551: 11) ที่กล่าวว่า การบริการที่ดีจะเกิดขึ้นโดยต้องมีความรู้ในงานที่ให้บริการ (Knowledge) มีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) มีกิริยาวาจาสุภาพ (Manner) และมีสติในการ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น (Calmness) เพื่อทำให้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และอยากกลับมาใช้ บริการอีก ด้านกระบวนการให้บริการจากการศึกษพบว่าระดับความคิดเห็นต่อความพึง พพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัทยูไนเต็ อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ใน พื้นที่ระยองเศรษฐกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับ

ค่อนข้างมาก ด้านกายภาพจากการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมากซึ่งแสดงให้เห็นว่า บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด มีการสร้างความประทับใจหรือ คุณภาพของสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการอยู่นั้นเกิดความพึงพอใจและเป็นการรักษารฐานลูกค้าปัจจุบันไว้ให้เป็นระยะเวลานานเพื่อสร้างฐานลูกค้าที่ยั่งยืน

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของลูกค้าองค์กรบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านข้อมูลองค์กรที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวมใน การใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อย 1.1) ปัจจัยด้านประเภทธุรกิจโดยประเภทธุรกิจที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันคือ ประเภทผู้ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด มากกว่า ประเภทธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ขนส่งและสถานที่เก็บสินค้าอุตสาหกรรมการผลิต ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร 1.2) ปัจจัยด้านระยะเวลาในการใช้สินค้าและบริการโดยระยะเวลาที่ใช้สินค้าและบริการที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันคือ ระยะเวลาที่ใช้สินค้าและบริการต่ำกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด มากกว่า ระยะเวลา 4 ปีขึ้นไป ระยะเวลา 3-4 ปี ระยะเวลา 1-2 ปี 1.3) ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ โดยสินค้าและบริการที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันคือ สินค้าและบริการ Manage Service มีความพึงพอใจมากกว่า สินค้าและบริการวงจรสื่อสารความเร็วสูง Cloud Solution Security Service 1.4) ปัจจัยด้านงบประมาณที่ใช้สำหรับสินค้าและบริการ โดยงบประมาณสำหรับสินค้าและบริการที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันคือ งบประมาณสำหรับสินค้าและบริการ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด มากกว่า งบประมาณ 10,001 บาท- 20,000 บาท ต่ำกว่า 10,000 บาท 20,001 บาท- 30,000 บาท เท่านั้น ที่ได้รับการยอมรับ และในส่วนของสมมติฐานย่อยที่ถูกปฏิเสธคือ ปัจจัยด้านขนาดธุรกิจ ปัจจัยด้านพื้นที่ที่ใช้บริการ ปัจจัยแบบตัววัดที่ใช้งาน

สมมติฐานข้อที่ 2 ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการขาย ในด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมใน การใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก กับความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจในทิศทางเดียวกัน แต่พบว่า ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา และด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ในส่วนของ ส่วนประสม

การตลาดด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา และด้านสถานที่ เป็นสิ่งที่ต้องนำด้านต่างๆเหล่านี้ไปเป็นข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อบริษัทจะได้นำไปปรับปรุงและแก้ไขให้มีการพัฒนายิ่งขึ้น

8. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าองค์กรบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ที่เป็นปัจจัยด้านประเภทธุรกิจ, ปัจจัยด้านระยะเวลาในการใช้สินค้าและบริการ, ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ และปัจจัยด้านงบประมาณที่ใช้สำหรับสินค้าและบริการมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันทางบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด สามารถนำปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นมาพัฒนาปัจจัยในแต่ละด้านให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด และมีคุณภาพมากที่สุดเนื่องจากปัจจัยดังกล่าวผลการวิจัยพบว่าส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ยกเว้นในส่วนของ ปัจจัยด้านขนาดธุรกิจ ปัจจัยด้านพื้นที่ที่ใช้บริการ และปัจจัยแบบคัวิต์ที่ใช้ งาน โดยผลการวิจัยสรุปว่าองค์กรที่ทำธุรกิจประเภทการให้บริการด้านอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด ในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ มากที่สุด ดังนั้น ควรทำตลาดกับผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยการหาช่องทางในการทำตลาดกับกลุ่มลูกค้าที่ทำธุรกิจดังกล่าวอย่างเช่นการเป็น Partner กัน ซึ่งพื้นที่ที่ผู้วิจัยทำการวิจัยคือพื้นที่ระยองเศรษฐกิจจึงควรมีการทำลักษณะ Partner กันในบริเวณพื้นที่ จังหวัด ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา เป็นกลุ่มหลักๆอาจทำในรูปแบบของการที่บริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ จำกัด เข้าไปรองรับด้าน Network ให้กับ Partner และให้ Partner เปรียบเสมือนทีมขายที่ลงพื้นที่โดยเฉพาะ ดังนั้นทางบริษัทควรให้ความสำคัญและพัฒนารูปแบบในการทำธุรกิจร่วมกับลูกค้าองค์กรที่ทำธุรกิจประเภทการให้บริการด้านอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก

2. ผลการวิจัยพบว่าด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชั่น ไฮเวย์ มากที่สุดเมื่อมาดูรายชื่อจะเป็นในส่วนของทีมผู้เชี่ยวชาญของทางบริษัทให้คำแนะนำก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านทีมขายที่ดูแลเอาใจใส่ตั้งแต่นำเสนอบริการจนถึงตลอดการใช้งาน ด้านทีมงานติดตั้งที่มีความรู้ความชำนาญพร้อมดำเนินการติดตั้งและปิดงานให้อย่างเรียบร้อยไม่ทำพื้นที่เสียหาย ด้านหน่วยงานที่สามารถให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาตลอดการใช้งาน ด้านบุคลากรบริการทางเทคนิคให้กับลูกค้าถึงสถานที่ที่ลูกค้าใช้งาน ดังนั้นหากทางบริษัทต้องการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นควรมุ่งเน้นการพัฒนาที่บุคลากรในแต่ละด้านให้มีศักยภาพยิ่งขึ้นและพร้อมกับการบริการลูกค้าได้อย่างเต็มที่

บรรณานุกรม

เกี๊ยะการเงิน (2560) การเงินธนาคาร ฉบับที่ 421 โครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก เป็นแผน

ยุทธศาสตร์ต่างประเทศโดยภายใต้ไทยแลนด์ 4.0.

สำนักงานเลขาธิการคณะรัฐมนตรี(2559)คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบหลักการของโครงการระเบียง เศรษฐกิจ
(Eastern Economic Corridor Development).

ดาราพร สุริยา ,2542 ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
สามารถไซเบอร์เน็ต

Tor Wallin Andreassen (2000) ได้ศึกษาเรื่องสิ่งทีก่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการแก๊สถานการณื
(ภูคิน).

ศิริพร วิษณุหิมาชัย (2545: 2) คุณภาพการบริการ.