

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการลูกค้าสาขาเพลินจิต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการลูกค้าสาขาเพลินจิต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในทัศนะของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการต่างๆ ของ บริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการลูกค้าสาขาเพลินจิต กรุงเทพมหานคร จำนวน 15,695 ราย (ข้อมูล: จากผู้จัดการสาขาเพลินจิต บริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ณ. วันที่ 23 มิถุนายน 2552)

กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างจากประชากร โดยสุ่มตัวอย่าง อย่างง่าย (simple random sampling) จำนวน 375 ราย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพให้ทัศนะของลูกค้า ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นมาตราส่วนประมาณ 5 ค่าระดับของลิเคิร์ต (Likert) จำนวน 25 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ การให้บริการของพนักงาน สถานที่ให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ เครื่องมือและเทคโนโลยี และข่าวสารข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย แจกแบบสอบถามจำนวน 375 ชุด โดยเลือกลูกค้าที่มาใช้บริการต่าง ๆ ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการลูกค้าสาขาเพลินจิต กรุงเทพมหานคร ให้กรอกข้อมูลและรอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง โดยเก็บแบบสอบถามในช่วงเดือน มกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2553 วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 9.00 – 16.00 น. ได้รับแบบสอบถามคืนมาจำนวน 375 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ (percentage)
2. วิเคราะห์การให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในทัศนะของลูกค้า โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนความคิดเห็นการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในทัศนะของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล โดยใช้ t-test และ F-test
4. เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ การให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในทัศนะของลูกค้า จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยใช้วิธีของ Least Significant Difference (LSD)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการลูกค้าสาขาเพลินจิต กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 - 40 ปี ร้อยละ 34.67 รองลงมาอายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 30.13 สถานภาพสมรส โสด ร้อยละ 53.33 รองลงมา สมรส ร้อยละ 40.00 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 57.60 รองลงมาปริญญาตรี ร้อยละ 37.60 อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 32.27 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 31.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 76.27 รองลงมาต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 13.87

2. การวิเคราะห์การให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ในทัศนะของลูกค้า

ลูกค้ามีระดับความความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

การให้บริการของพนักงาน

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57 - 3.66$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. พนักงานมีการให้คำแนะนำในกรณีที่ผู้ใช้บริการไม่เข้าใจด้วยความสุภาพ
2. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมสำหรับการให้บริการ
3. พนักงานมีความรู้ในเรื่องรูปแบบการให้บริการและสามารถให้ข้อมูลได้โดยรวดเร็ว นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี และ 30 – 40 ปี อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท

สถานที่ให้บริการ

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53 - 3.61$) ทุกรายการ คือ

1. มีตัวอย่างในการกรอกแบบฟอร์ม แสดงไว้อย่างชัดเจน
2. สถานที่ตั้งของการให้บริการสะดวกและสะอาดต่อผู้ที่ต้องการมาใช้บริการ
3. จำนวนที่นั่งรอคิวใช้บริการมีเพียงพอต่อผู้มารับบริการ
4. มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
5. จุดบริการมีแสงสว่าง อากาศถ่ายเทสะดวก

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี และ 30 – 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพ นักศึกษา และ ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท , 30,001 – 50,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป

กระบวนการในการให้บริการ

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33 - 3.41$) ทุกรายการ คือ

1. การออกเอกสารและใบเสร็จที่ชัดเจนครบถ้วน
2. ระบบคิวที่ชัดเจนพร้อมระยะเวลาที่รอรับบริการ
3. จัดแบ่งหน้าทำงาน ตามการให้บริการของลูกค้า เพื่อความสะดวกและง่ายต่อการรับ

บริการ

4. การให้บริการต้องมีระบบและสะดวกรวดเร็ว

5. มีหัวหน้างานและทีมรับผิดชอบที่ชัดเจน พร้อมแก้ไขปัญหของผู้มารับบริการ

เมื่อพิจารณาตามเพศพบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี และ 30 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ทุกกลุ่มอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 30,000 บาท

เครื่องมือและเทคโนโลยี

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21 - 3.37$) ทุกรายการ คือ

1. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้มาขอรับบริการ

2. ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส ชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านตู้ ATM และหักจากบัตรเครดิตได้

3. ลูกค้าสามารถใช้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้

4. การกำหนดสิทธิพิเศษกับลูกค้าที่เป็นผู้ให้บริการมานานหรือมียอดการใช้บริการที่สูง

5. กิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การให้บริการทางการศึกษาผ่านดาวเทียมกับโรงเรียนที่ห่างไกลฟรี

เมื่อพิจารณาตามเพศพบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี 41 – 50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ทุกกลุ่มสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ทุกกลุ่มอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 30,000 บาท

ข้อมูลข่าวสาร

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12 - 3.16$) ทุกรายการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ

2. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการในการรับบริการ

3. ความทั่วถึงในการประชาสัมพันธ์

4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการขอติดตั้งโทรศัพท์/ย้ายโทรศัพท์

5. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแจ้งเหตุขัดข้องและเรื่องร้องเรียน

เมื่อพิจารณาตามเพศพบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง ทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ทุกกลุ่มอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 30,000 บาท

3. การเปรียบเทียบการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ในทัศนะของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ในทัศนะของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มี เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

การให้บริการของพนักงาน

ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 รายการ คือ

1. พนักงานมีการให้คำแนะนำในกรณีที่ผู้ใช้บริการไม่เข้าใจด้วยความสุภาพ
2. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมสำหรับการให้บริการ
3. พนักงานมีความรู้ในเรื่องรูปแบบการให้บริการและสามารถให้ข้อมูลได้โดยรวดเร็ว และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 รายการ คือ

1. พนักงานมีความรู้ในเรื่องรูปแบบการให้บริการและสามารถให้ข้อมูลได้โดยรวดเร็ว
2. พนักงานมีความชำนาญในการ แก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ดี
3. มีพนักงานประจำช่องบริการเพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ
4. พนักงานมีการให้คำแนะนำในกรณีที่ผู้ใช้บริการไม่เข้าใจด้วยความสุภาพ

สถานที่ให้บริการ

ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 5 รายการ คือ

1. สถานที่ตั้งของการให้บริการสะดวกและสะอาดต่อผู้ที่ต้องการจะมาใช้บริการ
2. มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
3. มีตัวอย่างในการกรอกแบบฟอร์มแสดงไว้อย่างชัดเจน
4. จุดบริการมีแสงสว่าง อากาศถ่ายเทสะดวก
5. จำนวนที่นั่งรอคิวใช้บริการมีเพียงพอต่อผู้มารับบริการ

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. จำนวนที่นั่งรอคิวใช้บริการมีเพียงพอต่อผู้มารับบริการ

2. สถานที่ตั้งของการให้บริการสะดวกและสะอาดต่อผู้ที่ต้องการจะมาใช้บริการ และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 รายการ คือ

1. สถานที่ตั้งของการให้บริการสะดวกและสะอาดต่อผู้ที่ต้องการจะมาใช้บริการ
2. จุดบริการมีแสงสว่าง อากาศถ่ายเทสะดวก
3. มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
4. จำนวนที่นั่งรอคิวใช้บริการมีเพียงพอต่อผู้มารับบริการ

กระบวนการในการให้บริการ

ลูกค้าที่มีเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกรายการ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. การให้บริการต้องมีระบบและสะดวกรวดเร็ว
2. ระบบคิวที่ชัดเจน พร้อมระยะเวลาที่รอรับบริการ

ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ระบบคิวที่ชัดเจนพร้อมระยะเวลาที่รอรับบริการ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีหัวหน้างานและทีมรับผิดชอบที่ชัดเจน พร้อมแก้ไขปัญหาของผู้มารับบริการ
2. การออกเอกสารและใบเสร็จที่ชัดเจนครบถ้วน
3. จัดแบ่งหน้าที่งาน ตามการให้บริการของลูกค้า เพื่อความสะดวกและง่ายต่อการรับ

บริการ

เครื่องมือและเทคโนโลยี

ลูกค้าที่มีเพศ ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ลูกค้าสามารถใช้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้
2. ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส ชำระค่าบริการต่าง ๆ

ผ่านตู้ ATM และหักจากบัตรเครดิตได้

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้มาขอรับบริการ

2. กิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การให้บริการทางการศึกษาผ่านดาวเทียมกับโรงเรียนที่ห่างไกลฟรี

ลูกค้าที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส ชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านตู้ ATM และหักจากบัตรเครดิตได้

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. กิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การให้บริการทางการศึกษาผ่านดาวเทียมกับโรงเรียนที่ห่างไกลฟรี

2. การกำหนดสิทธิพิเศษกับลูกค้าที่เป็นผู้ใช้บริการมานานหรือมียอดการใช้บริการที่สูง
ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกรายการ

ข้อมูลข่าวสาร

ลูกค้าที่มีเพศ อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ
2. ความทั่วถึงในการประชาสัมพันธ์
3. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแจ้งเหตุขัดข้องและเรื่องร้องเรียน

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ

1. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการขอติดตั้งโทรศัพท์/ย้ายโทรศัพท์
2. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ

ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 5 รายการ คือ

1. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแจ้งเหตุขัดข้องและเรื่องร้องเรียน
2. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ
3. ความทั่วถึงในการประชาสัมพันธ์
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการขอติดตั้งโทรศัพท์/ย้ายโทรศัพท์
5. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการในการรับบริการ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการขอติดตั้งโทรศัพท์/ย้ายโทรศัพท์

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกรายการ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการลูกค้าสาขาเพลินจิต กรุงเทพมหานคร ได้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ควรนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง อายุ 30 - 40 ปี ร้อยละ 34.67 สถานภาพสมรส โสด ร้อยละ 53.33 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 57.60 อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 32.27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 76.27

2. การให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในทัศนะของลูกค้า ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การให้บริการของพนักงาน ($\bar{X} = 3.56$) สถานที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.56$) และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน คือ กระบวนการในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.37$) เครื่องมือและเทคโนโลยี ($\bar{X} = 3.31$) และข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.14$)

3. การเปรียบเทียบการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในทัศนะของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า การให้บริการของพนักงาน ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านดังนี้

การให้บริการของพนักงาน สถานที่ให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ เครื่องมือและเทคโนโลยี และข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ลูกค้า มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ทุกรายการ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี ฉันทอาภา (2550) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อรายการส่งเสริมการขาย All Together Bonus ของ ทรู

และทรมาน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งผู้ใช้บริการมีความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีทัศนคติที่ดีในด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ เกี่ยวกับการจัดแบ่งหน้าที่ มีการจัดระบบการให้บริการที่ดีลูกค้าสามารถรอรับบริการได้ด้วยความรวดเร็ว และมีพนักงานคอยตอบปัญหาและข้อสงสัยให้กับผู้มาใช้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณัฐฉา จันทรเกษม (2547) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ ณ สำนักงานบริการ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตพญาไท ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ณ สำนักงานบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งลูกค้าให้ความพึงพอใจในการมาใช้บริการด้านการให้บริการอย่างอ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ พนักงานพูดจาสุภาพและแสดงมารยาทที่ดีต่อลูกค้า สภาพแวดล้อมต่าง ๆ สำนักงานบริการมีความน่าเชื่อถือ มั่นคงและปลอดภัย จากการศึกษาพบว่า การให้บริการของพนักงาน พนักงานมีความรู้ความชำนาญ ในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า สามารถให้คำแนะนำ และสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ด้านสถานที่ให้บริการ สถานที่ตั้งและจำนวนที่นั่งรอรับบริการ มีความเพียงพอ และสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ กระบวนการในการให้บริการ ลูกค้าไม่ต้องรอนาน เพราะมีระบบการให้บริการที่ชัดเจน เครื่องมือและเทคโนโลยี มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ลูกค้าสามารถใช้บริการได้หลายช่องทาง ในการติดต่อใช้บริการหรือการชำระค่าใช้จ่าย ด้านข้อมูลข่าวสาร ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลและโปรโมชั่นต่าง ๆ และขั้นตอนและวิธีการในการรับบริการให้ลูกค้าได้ทราบ การย้าย/ติดตั้ง/ร้องเรียน พนักงานควรแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้ทราบทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในองค์กร และควรมีการพัฒนาด้านการบริหารจัดการภายในองค์กร เกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ และควรมีการนำระบบการให้บริการลูกค้าในลักษณะจุดเดียวแบบเบ็ดเสร็จ (one stop service) มาใช้ในสำนักงานบริการลูกค้า และควรมีการนำเสนอสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีไปยังผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง การให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการลูกค้าสาขาเพลินจิต กรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

การให้บริการของพนักงาน ควรรักษาระดับการให้บริการให้คงที่ พนักงานให้บริการจะต้องมีความยิ้มแย้มแจ่มใสจริงใจเป็นกันเองกับลูกค้า และควรเป็นส่วนหนึ่งของพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ในทุกศูนย์บริการ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงาน

สถานที่ให้บริการ เพื่อให้การให้บริการลูกค้าในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับที่ได้มาตรฐาน และสถานที่ตั้ง ของการให้บริการต้องสามารถเดินทางมาได้สะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการ และสถานที่สำหรับลูกค้ารอรับบริการต้องมีความเพียงพอ

กระบวนการในการให้บริการ ควรให้ความสำคัญกับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น พนักงานสามารถทำงานทดแทนกันได้ และใช้คนรุ่นใหม่ทดแทนคนรุ่นเก่า มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อหน้าที่การงาน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความสามารถภายใต้มาตรฐานเดียวกันสามารถทำงานทดแทนกันได้

เครื่องมือและเทคโนโลยี ควรมีการปรับปรุงในด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีให้มากขึ้น เพื่อพัฒนาองค์การให้มีความทันสมัย สร้างความโดดเด่นให้องค์กรมากขึ้น และเพิ่มช่องทางการชำระเงินเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้มากขึ้น

ข้อมูลข่าวสาร ควรให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า เกี่ยวกับข่าวสารการให้บริการ โทรศัพท์ในด้านเนื้อหา รูปแบบ และการใช้ประโยชน์ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมที่ทางบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้จัดขึ้น

จากการวิจัยครั้งนี้ผลที่ได้มีค่า Sig มากไป ทำให้งานไม่ค่อยน่าเชื่อถือมากนัก ดังนั้นในการวิจัยผู้วิจัยควรแยกหรือทำการวิเคราะห์ตามกลุ่มงาน เช่น การให้บริการชำระค่าโทรศัพท์ การให้บริการเกี่ยวกับ ADSL การให้บริการเกี่ยวกับแจ้งเหตุขัดข้อง เป็นต้น จะทำให้ความคิดเห็นที่ได้ นั้นกระจัดกระจายสามารถวัดผลได้ดีกว่า

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาการรับรู้การให้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์ในสาขาต่าง ๆ ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และศึกษาข่าวสารในการให้บริการโทรศัพท์ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด และมีการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร