

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด

วิจิตรา เงินสีหม

10 ส.ค. 2557

333181

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

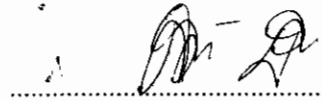
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์ของ  
วิจิตร เงินสีหม ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาการ  
จัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

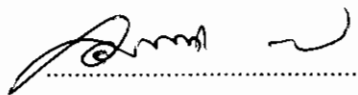
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์



.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์



.....ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)



.....กรรมการ

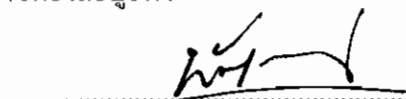
(ศาสตราจารย์ ดร.อุทิศ ศิวรรณ)



.....กรรมการ

(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
ของมหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณะบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.2555

## ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณา และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก  
ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร ประธานกรรมการที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย  
กรรมการ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา แนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยด้วย  
ความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ นายนพพร รุ่งเรืองและนางอุสามาศ ผจญดี ซึ่งท่านได้กรุณาให้ข้อมูล  
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์มากต่อการปรับปรุงแก้ไขงานนิพนธ์ฉบับนี้ ให้มีความสมบูรณ์  
และถูกต้องยิ่งขึ้น

ท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้ เป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา  
มารดา และครู อาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนและให้ความรู้แก่ผู้วิจัย

วิจิตรา เงินสีเหม

ผู้วิจัย

53920728: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม. (การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ลูกค้า/ ความพึงพอใจ/ การบริการ

วิจิตรา เงินสีหเม: ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ จำกัด (The satisfaction of Customer to Distributors. In the service of the company. The Value Systems Co., Ltd) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: สมบัติ ชำรงสินถาวร ปี พ.ศ. 2555.

การวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ จำกัด ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า จำนวน 350 คน และวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SPSS for Windows) ในการวิเคราะห์ค่าสถิติ ผลการวิจัย พบว่า

1. ลูกค้าจำนวน 350 รายที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ จำกัด ส่วนมากเป็นธุรกิจขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 62.6 มีสภาพคล่องของบริษัท Net PDC 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 47.7 มีงบประมาณในการสั่งซื้อต่อเดือน 100,000-200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.3 และมีการเลือกใช้บริการเลือกใช้บริการไอที คิดเป็นร้อยละ 49.4

2. ลูกค้าที่มาใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านระบบออนไลน์อยู่ในระดับสูง และด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการเปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ จำกัด ตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัทกับตัวแปรตาม ทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์ พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ จำกัด ที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน ที่มีสภาพคล่องของบริษัทลูกค้าต่างกัน ที่มีงบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่างกัน และลูกค้าที่เลือกใช้บริการของบริษัทประเภทต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายใน

การให้บริการของบริษัท เดอะเวลลูมิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

53920728: MAJOR: THE MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE; M.M.  
(THE MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE)

KEYWORDS: Customer / Satisfaction / Service

Wijitra Ngernsihem : The satisfaction of the customer to the distributors in the service of the Value Systems Co., Ltd

The committee of Thesis Domination : SOMBAT THAMRONGSINTHAWORN, 2012

The objective of this Customers' satisfactions to the distributor for the Value System Co. Ltd.,'s service thesis is to study and compare the levels of satisfactions to the distributor using questionnaire as the tool to collect data and information from the Value System Co. Ltd.,'s 350 customers and analyzing the data and information with SPSS for Windows software. The result is

1. Most of the customers are medium scale enterprises, a 62.6% proportion of which 47.7% belongs to the 30-day net PDC, 52.3% has 100,000 – 200,000 Bht. purchase budget monthly and 49.4% uses IT.

2. Levels of the customers' satisfactions to the Value System Co. Ltd.,'s distributor are at high level for both the overview and individual areas. In the individual areas the satisfactions on product sale, installation, design, IT, training, maintenance, employees and on line system are found to be at high level whereas the satisfactions on venue is found to be at medium level.

3. Comparing the customers' satisfactions to the Value System Co. Ltd.,'s distributor by the types of the customers' businesses, customers' net PDCs, monthly purchase budgets and the Value System Co. Ltd.,'s services the customers use independent variables vs. the 8 product sale, installation, design, IT, training, maintenance, employees and on line system dependent variables finds the customers with different types of business, net PDCs, monthly purchase budgets and the

Value System Co. Ltd.,'s services they use in overview have the satisfactions to the distributor at different levels with 0.05 level significance.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย .....	2
ขอบเขตการวิจัย .....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	6
ความพึงพอใจ .....	6
ความต้องการ .....	9
การบริการ .....	12
ประวัติความเป็นมาของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด .....	18
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	24
3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	29
เครื่องมือและวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	30
วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	32
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	32
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	34
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	34
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	34
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	31



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	64
บทย่อ .....	64
สรุปผล .....	65
อภิปรายผล .....	66
ข้อเสนอแนะ .....	68
บรรณานุกรม .....	69
ภาคผนวก .....	71
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม .....	71
ภาคผนวก ข แบบสรุปความสอดคล้องของประเด็นคำถาม .....	77
ประวัติของผู้วิจัย .....	81

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 ตารางเครื่อมือแกน .....	29
4-1 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท .....	36
4-2 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด จำแนกเป็นรายด้านและภาพรวม	37
4-3 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า	38
4-4 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า	39
4-5 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านการออกแบบ ติดตั้ง โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า	40
4-6 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านไอที โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า	40
4-7 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านการฝึกอบรม โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า	41
4-8 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านพนักงาน โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า	41
4-9 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านอาคารสถานที่ โดยจำแนก	42

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า	
4-10 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านระบบออนไลน์ โดย จำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า	42
4-11 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	43
4-12 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า โดย จำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	44
4-13 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านการออกแบบ ติดตั้ง โดย จำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	45
4-14 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านไอที โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	46
4-15 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านการฝึกอบรม โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	47
4-16 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านการซ่อมบำรุงรักษา โดย จำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	48
4-17 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านพนักงาน โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	48
4-18 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านอาคารสถานที่โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	49

สารบัญตาราง(ต่อ)

4-19	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านระบบออนไลน์ โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทรุกค้า	50
4-20	แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน	51
4-21	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน	52
4-22	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านการออกแบบ ติดตั้ง โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน	53
4-23	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านไอที โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน	54
4-24	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านการฝึกอบรม โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน	55
4-25	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านการซ่อมบำรุงรักษา โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน	55
4-26	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านพนักงาน โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน	56
4-27	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านอาคารสถานที่ โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน	57
4-28	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน	57

## สารบัญตาราง(ต่อ)

จำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านระบบออนไลน์ โดย จำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน	
4-29	แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการ ของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตาม ลูกค้าเลือกใช้บริการประเภทใด ของบริษัท 58
4-30	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า โดยจำแนก ตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท 60
4-31	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการออกแบบ ติดตั้ง โดยจำแนก ตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท 60
4-32	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านไอที โดยจำแนกตาม การเลือกใช้ บริการของบริษัท 61
4-33	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการฝึกอบรม โดยจำแนกตาม การ เลือกใช้บริการของบริษัท 61
4-34	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน จำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการซ่อมบำรุงรักษา โดย จำแนกตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท 62
4-35	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านพนักงาน โดยจำแนกตาม การ เลือกใช้บริการของบริษัท 62
4-36	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านอาคารสถานที่ โดยจำแนกตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท 63
4-37	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านระบบออนไลน์ โดยจำแนกตาม 63

การเลือกใช้บริการของบริษัท

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการพัฒนาทางเทคโนโลยีมีการพัฒนารวดเร็วมาก จนส่งผลให้การทำงาน การใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วไปมีความจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ไอทีและคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เกิดความสะดวก ความคล่องตัว จึงทำให้มีการแข่งขันตลาดผู้นำ ผู้ผลิต ที่มีรายใหม่เกิดขึ้นอย่างมากมาย และรวดเร็วครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศ

ประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตอุปกรณ์ด้านไอทีได้อย่างครบถ้วนและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด ดังจะเห็นได้จากการนำเข้าสินค้าประเภทไอทีจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก มีสินค้าหลายยี่ห้อ จากหลายประเทศ ดังนั้นประเทศไทยจึงมีผู้นำเข้าหลายรายนำสินค้าเข้ามาเพื่อจัดจำหน่าย ทำการตลาด โดยมีการแข่งขันกันหลากหลายวิธี เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและนิยมชมชอบ จึงทำให้ผู้นำเข้าหลายรายต่างก็ต้องมีกลยุทธ์ของตนเองออกมาเพื่อครองตลาดผู้ใช้ในประเทศไทย

บริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ดำเนินธุรกิจเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าด้านไอทีชั้นนำ อาทิ ไมโครซอฟท์ ฮิวเลตต์-แพคการ์ด และซีเกท ในปี พ.ศ. 2542 บริษัทฯ ได้นำระบบออนไลน์ หรือ B2B มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ และสามารถดำเนินธุรกิจผ่านระบบออนไลน์ได้ นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้เปิดศูนย์บริการทั้งก่อนและหลังการขาย รวมถึงให้การสนับสนุนด้านการบำรุงดูแลรักษาระบบเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าผ่านทาง 2 สาขาในกรุงเทพฯ และอีก 8 สาขาในต่างจังหวัดซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ได้แก่ ระยอง เชียงใหม่ หาดใหญ่ ขอนแก่น นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี ภูเก็ตและพิษณุโลก โดยแบ่งธุรกิจออกเป็น 3 กลุ่มหลักคือ

1. Distribution การจัดจำหน่ายสินค้าไอที สินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ เคสก์ทอปพีซี โน้ตบุ๊ก พรินเตอร์ มอนิเตอร์ โมเด็ม กล้องดิจิทัล พีดีเอ เป็นต้น

2. Enterprise Solutions การให้บริการด้านการออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์ระบบโครงสร้างพื้นฐานให้กับองค์กรที่ต้องการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ เซิร์ฟเวอร์ขนาดใหญ่สำหรับองค์กร เซิร์ฟเวอร์ขนาดเล็กสำหรับหน่วยงาน ระบบปฏิบัติการ ซอฟต์แวร์

แอปพลิเคชันสำหรับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ด้านไอทีเพื่อการจัดการระบบ และระบบรักษาความปลอดภัยจากผู้ผลิตชั้นนำ เป็นต้น

3. ICT Services การให้บริการด้านไอที ประกอบด้วยการออกแบบโครงสร้างระบบเครือข่าย และการอิมพลิเมนต์ระบบรักษาความปลอดภัย การอินทิเกรตระบบการให้บริการเว็บไซต์ การออกแบบและอิมพลิเมนต์โครงสร้างสำเร็จรูปเพื่อการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการฝึกอบรมและบริการซ่อมบำรุงรักษา (MA) เป็นต้น

ดังนั้นบริษัท ต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด เพื่อให้มีการดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างมีคุณภาพและก้าวหน้า ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด เพื่อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ตามตัวแปรอิสระ

### สมมุติฐานของการวิจัย

ลูกค้าที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด แตกต่างกัน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบระดับและผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด เพื่อกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ ได้ตรงตามเป้าหมาย
2. ทราบประมวลข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด และนำสู่การปรับปรุงพัฒนาต่อไป



### ขอบเขตของการวิจัย -

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษา ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษาจากลูกค้าที่ใช้บริการ บริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด เฉพาะสาขาที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ขอบเขตด้านประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษาจากลูกค้าที่เป็นผู้ใช้บริการบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด สาขาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 4,680 ราย กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างตามตารางสัดส่วนของ Krejcie & Morgan ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 350 ราย
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย
  - 3.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด
  - 3.2 ความพึงพอใจและการให้บริการ
  - 3.3 แนวคิดความต้องการของมนุษย์
4. ตัวแปรที่ศึกษา
  - 4.1 ตัวแปรอิสระ
    - 4.1.1 ประเภทธุรกิจของลูกค้า
    - 4.1.2 สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า
    - 4.1.3 ยอดสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน
    - 4.1.4 บริการที่ลูกค้าเลือกใช้กับบริษัท
  - 4.2 ตัวแปรตาม
    - 4.2.1 ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า
    - 4.2.2 ด้านการออกแบบ ติดตั้ง
    - 4.2.3 ด้าน ไอที
    - 4.2.4 ด้านการฝึกอบรม
    - 4.2.5 ด้านการซ่อมบำรุงรักษา
    - 4.2.6 ด้านพนักงาน
    - 4.2.7 ด้านอาคารสถานที่
    - 4.2.8 ด้านระบบออนไลน์

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการด้านใดด้านหนึ่งของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด เช่น การซื้อสินค้า ใช้บริการด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านระบบออนไลน์ และเข้ารับการฝึกอบรม เป็นต้น

ความพึงพอใจ หมายถึง หมายถึง ความรู้สึกที่เป็นการยอมรับ ความรู้สึกชอบ ความรู้สึกที่ยินดีกับการปฏิบัติงาน ทั้งการให้บริการและการรับบริการในทุกด้าน ทุกสถานการณ์

การบริการ หมายถึง การกระทำที่อำนวยความสะดวกที่ผู้ให้บริการกระทำให้กับผู้รับบริการ ทั้งนี้ในการให้บริการนั้นอาจมีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ หรืออาจจะเป็นการกระทำส่วนๆ โดยที่ไม่มีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือใดๆ ก็ได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการบริการหมายรวมถึงแต่การกระทำที่อำนวยความสะดวกที่เป็นนามธรรมล้วนๆ โดยไม่มีวัสดุ สิ่งของหรือสินค้าเป็นส่วนประกอบสำคัญของการกระทำนั้นๆ (ตัวอย่างเช่น การซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือ การบริการจำหน่ายสินค้า หรือ การให้คำปรึกษาทางด้าน การออกแบบ) จนถึงการกระทำที่เป็นส่วนเสริมหรือเพิ่มเติมให้กับสินค้า หรือ การกระทำที่ส่งผลให้ได้รับสิ่งของที่เป็นรูปธรรม (เช่น การให้บริการติดตั้ง โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ขายควบคู่ไปกับเครื่องคอมพิวเตอร์) เป็นต้น

ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า หมายถึง การนำสินค้ามาจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าอย่างมีรูปแบบ มีระบบที่ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการเลือก ในการพิจารณา เพื่อตัดสินใจซื้อ

ด้านการออกแบบ ติดตั้ง หมายถึง การเตรียมการ วางแผน และกำหนดขั้นตอน วิธีการให้มีการดำเนินการของอุปกรณ์ต่างๆ ในระบบมีการทำงานสอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของลูกค้า เช่น ระบบโครงสร้างพื้นฐานให้กับองค์กรที่ต้องการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าในกลุ่มนี้ ได้แก่ เซิร์ฟเวอร์ขนาดใหญ่สำหรับองค์กร เซิร์ฟเวอร์ขนาดเล็กสำหรับหน่วยงาน ระบบปฏิบัติการ ซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันสำหรับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ด้านไอทีเพื่อการจัดการระบบ และระบบรักษาความปลอดภัยจากผู้ผลิตชั้นนำ เป็นต้น

ด้านไอที หมายถึง การออกแบบโครงสร้างระบบเครือข่ายและการอิมพลีเมนต์ระบบรักษาความปลอดภัย การอินทิเกรตระบบการให้บริการเว็บไซต์ การออกแบบและอิมพลีเมนต์โครงสร้างสำเร็จรูปเพื่อการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ด้านการฝึกอบรม หมายถึง การจัดกิจกรรมด้านการให้ความรู้ เกี่ยวกับการใช้สินค้า และเทคโนโลยีใหม่ ให้กับลูกค้าหลายๆ คน พร้อมกัน

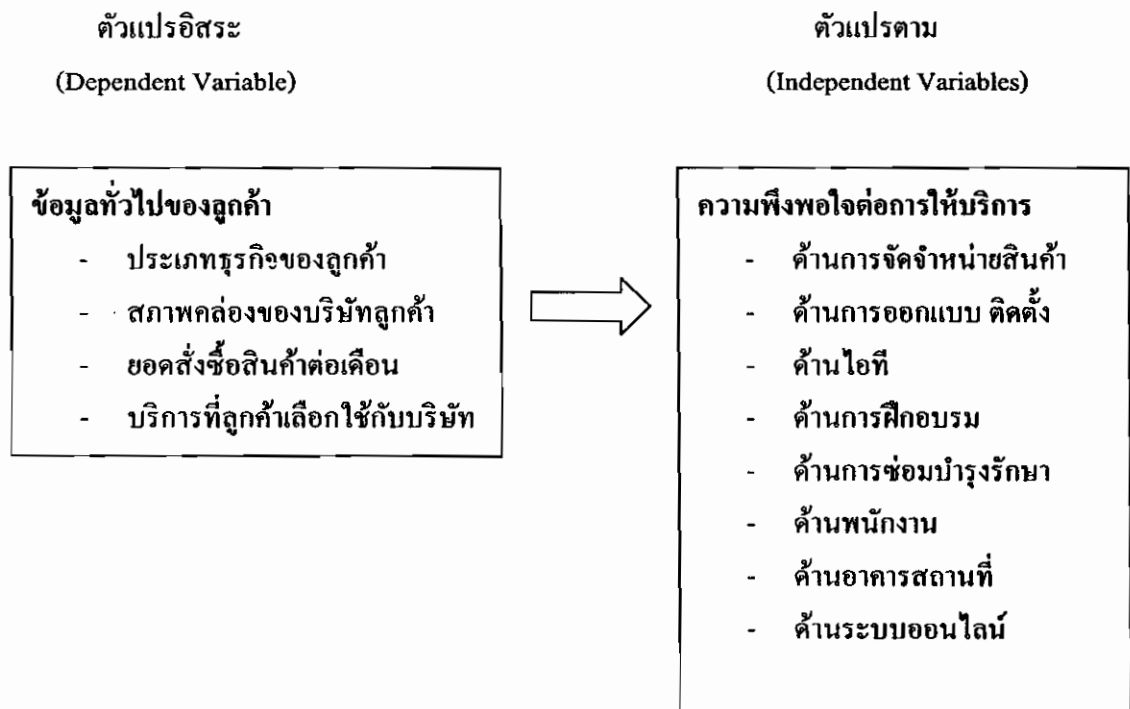
ด้านการซ่อมบำรุงรักษา หมายถึง การบำรุงรักษา และซ่อมแซม วัสดุอุปกรณ์ และระบบให้มี การใช้งานได้ตามปกติ ยาวนาน

ด้านพนักงาน หมายถึง บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในบริษัท ตามภาระงานที่รับผิดชอบ หรือ กำหนดตามโครงสร้างบริหารของบริษัท

ด้านอาคารสถานที่ หมายถึง บริเวณพื้นที่ของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด รวมถึงอาคาร ทั้งภายนอกและภายในอาคาร ที่มีการจัดแบ่งเป็นพื้นที่ต่างๆ มีความสะดวก สบาย และเอื้อต่อการใช้ บริการของลูกค้า

ด้านระบบออนไลน์ หมายถึง การให้บริการข้อมูลด้านต่างๆ ของบริษัทผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาสืบค้น และศึกษารายละเอียดของบริษัท ในส่วนของข้อมูลที่เปิดเผย เช่น สินค้า กิจกรรมของบริษัท การติดต่อ และอื่นๆ

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการให้บริการในการประมูลดยนต์ของบริษัท สหการประมูลดยนต์ จำกัด ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
- 4 ประวัติความเป็นมาของบริษัท เคอะแวลลูซิสเคมส์ จำกัด
- 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ความพึงพอใจ

มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 56 - 58) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองเมื่อบรรลุดวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการ และคาดหวัง ความพึงพอใจเป็นความชอบของแต่ละบุคคลซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน อาจเนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษา ทางด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมความพึงพอใจของมนุษย์เป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด (Tension) หรือความกระวนกระวาย (Discomfort) หรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพ (Unequilibrium) ในร่างกายเมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไปได้แล้ว มนุษย์ย่อมจะได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนเองต้องการ

ความพึงพอใจ และทัศนะว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุข หรือ ความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

อาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกทางบวกที่เกิดขึ้นจากการประเมินการบริการ เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองและได้รับความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

## ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นตอนนของความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Need) (สมิต สัชฌุกร. 2542 : 10 ; อ้างอิงจาก Maslow. 1954) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของMaslow (Abraham H. Maslow) ซึ่งได้กล่าวไว้ มนุษย์ทุกคน ล้วนแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์นี้มีมากมายหลายอย่างด้วยกัน โดยที่มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นสูง ๆ ถ้าความต้องการในขั้นต้น ๆ ได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจเสียก่อน

### 1. มาสโลว์ ได้กล่าวถึงความต้องการของบุคคลตาม ลำดับขั้นไว้ดังนี้

1.1 บุคคลย่อมมีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่เกิดจนตาย

1.2 ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจในพฤติกรรมอย่างอื่นอีก ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจในพฤติกรรมของบุคคล

1.3 ความต้องการของบุคคลแต่ละบุคคลจะเรียงลำดับความสำคัญ จากความต้องการขั้นพื้นฐานจนถึงความต้องการขั้นสูงสุดเรียกว่า “ลำดับขั้นของความต้องการ” เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วบุคคลก็จะให้ความสนใจกับความต้องการระดับสูงขั้นต่อไป

1.4 ลำดับขั้นของความต้องการของ Maslow ได้แบ่งลำดับขั้นความต้องการของบุคคลเป็น 5 ระดับตามความสำคัญ ดังนี้

1.4.1 ความต้องการทางสรีระวิทยา เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการพักผ่อน ความต้องการออกกำลังกาย เป็นต้น

1.4.2 ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการแสวงความมั่นคงปลอดภัยในการดำรงชีวิตและอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม

1.4.3 ความต้องการความรักและการยอมรับ เป็นความต้องการทางสังคมที่อยากให้มีคนเอาใจใส่ แสดงความรัก ความห่วงใย และยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

1.4.4 ความต้องการการยกย่องนับถือ เป็นความต้องการดีเด่นในความสามารถของบุคคล อยากให้ผู้อื่นเห็นความสามารถของตน และยกย่องให้เกียรติ

1.4.5 ความต้องการความสำเร็จสูงสุดในชีวิต เป็นความต้องการขั้นสูงสุด ซึ่งเป็นความต้องการรู้จักและเข้าใจในตนเองด้วยความพยายามผลักดันชีวิตตนเองไปในทางที่คาดหวังให้ดีที่สุด

อาจกล่าวได้ว่า มนุษย์ทุกคนต่างมีความต้องการ ซึ่งความต้องการแต่ละขั้นอาจ

ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหมายมากหรือน้อยต่างกัน

## 2. ทฤษฎีแมคเคลนแลนด (McClelland Motivation Theory)

แมคเคลนแลนด ได้ศึกษาความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

2.1 ความต้องการความสำเร็จ (Needs for Achievement)

2.2 ความต้องการมีอำนาจ (Needs for Power)

2.3 ความต้องการความสัมพันธ์ (Needs for Affiliation)

ความต้องการความสำเร็จหรือที่เรียกกันว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive)

บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง มีความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเยี่ยม พยายามจะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ มีความสบายใจเมื่อประสบผลสำเร็จ และมีความวิตกกังวลเมื่อประสบความล้มเหลว บุคคลพวกนี้สนใจตำแหน่งผู้บริหาร อย่างไรก็ตาม มนุษย์ทุกคนจะมีความต้องการ 3 ประเภท เพียงแต่ความต้องการ แต่ละประเภทแตกต่างกัน

## 3. ทฤษฎี ERG Model

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์

(Maslow's Need Hierachy Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ชนิด คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538 : 70)

3.1 ความต้องการเพื่อคงชีวิตรอด (Existence Needs) ซึ่งรวมถึงความต้องการสิ่งของและความต้องการต่าง ๆ ของร่างกาย เช่น อาหาร น้ำ เงิน และสภาพการที่ดีในการทำงาน เป็นต้น ความต้องการชนิดนี้สามารถเทียบได้กับความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) และความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ของมาสโลว์นั่นเอง

3.2 ความต้องการสัมพันธ์ไมตรี (Relatedness Needs) หมายถึงความต้องการที่อยากจะเกี่ยวข้องกับผู้อื่น เช่นผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หรือผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นต้น ซึ่งความต้องการชนิดนี้ของอันเดอร์เฟอร์เป็นการรวมลักษณะของความต้องการทางสังคม (Social Needs) และความต้องการมีเกียรติยศ และมีคุณค่า (Esteem Needs) ของมาสโลว์เอาไว้

3.3 ความต้องการเจริญงอกงาม (Growth Needs) หมายถึง ความต้องการมีความคิดสร้างสรรค์หรือได้รับประโยชน์จากตนเอง และสิ่งแวดล้อม บุคคลจะเกิดความพึงพอใจในความต้องการนี้เมื่อเขาได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ และได้พัฒนาความสามารถของตนเอง ความต้องการชนิดสุดท้ายของอันเดอร์เฟอร์นี้ เป็นลักษณะของการรวมความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ในส่วน of ความต้องการมีเกียรติยศ และมีคุณค่า (Esteem Needs) และความต้องการประจักษ์แจ้งในตนเอง (Self-Actualization Needs) ไว้ด้วยกัน

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ ซึ่งหมายถึงความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มี เป้าหมาย ในที่นี้คือความ

### การวัดความพึงพอใจ

บุญเรียง ขจรศิลป์ (2543: 27) ให้ทัศนะเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหรือทัศนคติหรือเจตคติ เป็นนามธรรมเป็นการแสดงออกก่อนเข้าซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรงแต่เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยอ้อมซึ่งจะทำให้โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตจำกัดด้วยอาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดจากบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนนี้อาจเกิดขึ้นได้เป็นธรรมชาติของการวัดทั่ว ๆ ไปโดยเสนอว่าเทคนิคของ Likert เป็นแบบหนึ่งที่สามารถเทียบสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง และได้เพิ่มเติมว่าสามารถวัดทัศนคติได้เกือบทุกเรื่องและให้ค่าที่เที่ยงตรงสูง สำหรับมาตรฐานการวัดความพึงพอใจจริง ๆ นั้นกระทำได้โดยวิธีการดังกล่าวต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถามเป็นวิธีการวัดที่นิยมแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยขอร้องผู้ที่เราต้องการให้แสดงความคิดเห็นในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระคำถามที่ถามอาจจะถามเกี่ยวกับเรื่องการบริหาร ความสัมพันธ์ สวัสดิการขององค์การที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ หรืออื่น ๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาข้อสรุปที่แน่นอนต่อไป

2. วัดโดยการสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่ต้องใช้เทคนิคและการวางอุบายอย่างมาก มิฉะนั้นจะได้คำตอบซึ่งมีความไม่เที่ยงตรงหรือไม่มีผล

3. การสังเกต วิธีนี้ไม่ค่อยแพร่หลาย และไม่สามารถทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานมาก ๆ คงทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานไม่มากนัก ซึ่งวิธีนี้ผู้สังเกตต้องใช้ความพยายามอย่างสูงและต้องใช้เวลาความถี่ในการสังเกตอย่างทั่วถึง

แวนฟรา (Vavra, 1992: 58) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกจ้างจะมีขอบเขตเท่าๆกับความคาดหวังของลูกจ้างได้ก็ต่อเมื่อมีผลประโยชน์ที่เป็นจริง (Actual Benefit) เกิดขึ้นแก่ลูกจ้าง ปัญหาอยู่ที่ว่าความคาดหวังของลูกจ้างได้เป็นสิ่งที่ลูกจ้างต้องการจริงหรือไม่ หรือเป็นเพียงอุดมคติเท่านั้น ส่วนปัญหาของบริษัท คือ จะสามารถสร้างความพึงพอใจของลูกจ้างให้ได้มากที่สุดได้อย่างไร โดยมีต้องมีการเพิ่มทุนมากจนเกินไป

### ความต้องการ

ความต้องการ (Needs) ได้มีผู้กล่าวถึงในทฤษฎีที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำเสนอไว้โดยสังเขป ดังนี้

ฟังก์ และแวกเนลล์ (ประเทือง สุวรรณ. 2534: 20 ; อ้างอิงจาก Funk and Wagnalls 1958: 53) ได้กล่าวถึงความต้องการต่อการกระทำหรือสถานการณ์ ว่าเป็น ความเชื่อมั่นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งน่าจะมีน่าจะเป็นอย่างที่คิดไว้

แนคเลอร์ (Nadler. 1990: 54) ได้กล่าวว่าลักษณะของแต่ละบุคคล เช่น ภูมิหลัง ประสบการณ์ การศึกษา การฝึกอบรม ทักษะ และอายุ เป็นต้น มีผลทำให้บุคคลมีทัศนคติ ความต้องการ หรือความคาดหวังแตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกัน สิ่งแวดล้อมของคน เช่น ลักษณะของผู้นำ ระบบการจ่ายค่าตอบแทน ก็มีผลต่อความคาดหวังของบุคคลด้วย

ประเทือง สุวรรณ. ( 2534: 20 ; อ้างอิงจาก Clay. 1980: 44) กล่าวถึง ความต้องการต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่าเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี หรือ เป็นความมุ่งหวังที่ดีงามเป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มุ่งหวังไว้

นิวเฟลด์ (Neufeld. 1989: 24) ได้ให้ความหมายของความ ต้องการว่าเป็นการ ค้นหาไปข้างหน้าคาดหมายทำก่อนผู้อื่นหรือล่วงหน้า อาจเป็นการค้นคว้าที่กำลังจะมาถึงเหมาะสมหรือ

จำเป็นได้รับการมองล่วงหน้าที่ตั้งตาอยู่ หรือความ น่าจะเป็นเป็นสิ่งที่ปรากฏระยะเวลา เป็นต้น ของบางสิ่งราวกับเป็นตัวบังคับโดยหลักสถิติ

ไพชบุรุษ เจริญพันธุ์วงศ์ (2540: 103) ได้ให้คำจำกัดความของความ ต้องการว่า เป็นความรู้ลึกของบุคคลต่อตนเองอย่างหนึ่งว่า ตนเองควรจะประพฤติปฏิบัติอย่างไร ในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือต่องานที่ตนเองรับผิดชอบอยู่ ความคิดดังกล่าวรวมไปถึงการคิดถึงบุคคลอื่นด้วย

สุรางค์ ไคว้ตระกูล (2552: 29) กล่าวว่า ความต้องการยังอาจเป็นการทำนายเหตุการณ์ว่าจะมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง ความต้องการจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ๆ มักจะไม่ตรงกันเสมอไป

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ความต้องการ หมายถึง ผลลัพธ์ที่ถูกคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นได้จากการคาดคะเนหรือคิดอย่างมีวิจารณญาณในการปรับปรุงการให้บริการประมุขรถยนต์ของ บริษัท สหการประมูล จำกัด ตามความพึงพอใจทางด้านบริการ

#### ทฤษฎีความต้องการ

ทฤษฎี (Expectancy Theory) หรือ (VIE Theory) ของวรูม(Vroom) มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ (ชัญญา มหาพรหม. 2537: 6)

1. ความจูง (Valence) หมายถึง ความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์(Outcomes) ของการกระทำที่เกิดจากการทำงาน ระดับความพอใจที่บุคคลคาดหวังจะมาจากการให้คุณค่าต่อการทำงานถ้าเป็นงานที่มีคุณค่าสูง ก็จะมี ความพึงพอใจสูงมากตามด้วย



2. (Instrumentality) หมายถึง เครื่องมือ วิธีการในการเชื่อมโยงผลลัพธ์ อย่างหนึ่งไปสู่ผลลัพธ์อีกอย่างหนึ่ง หรือกล่าวได้ว่า เป็นวิธีการที่บุคคลเชื่อว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ ที่น่าพอใจ (Valence) ที่จะนำไปสู่เป้าหมาย (Goal) ที่ตั้งใจไว้

3. (Expectancy) เป็นความต้องการภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคลที่มีความต้องการและมีความต้องการในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องพยายามกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามความต้องการบุคคลจะได้รับคามพึงพอใจ ขณะเดียวกันก็จะต้องการในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ

เพชร ฮาลาก (2538: 12) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการว่าเป็นทฤษฎีที่จะช่วยในการตัดสินใจในการกระทำ เพราะบางครั้ง บุคคลจำเป็นต้อง ตัดสินใจเพื่อเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรืออันใดอันหนึ่งในกรณีที่เกิดความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน ข้อพิจารณาในการตัดสินใจเกี่ยวข้องกับความคาดหวังมี 2 ประการ คือ

1. พิจารณาเป้าหมายที่จะ ไปสู่สิ่งที่มีคุณค่ามากที่สุดเพียงไร (Valence)
2. พิจารณาว่าเป็นสิ่งที่กระทำตามความต้องการให้ไปถึงจุดหมายได้เพียงไร

(Expectancy)

ความสัมพันธ์ทั้ง 2 ประการนี้ จะเป็นองค์ประกอบหรือตัวชี้แห่งความสำเร็จ ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจของแต่ละคน ในการเลือกกระทำหรือไม่กระทำในสิ่งที่ต้องการไว้ในการกระทำต่าง ๆ บุคคลจะมีการตั้งจุดมุ่งหมายหรือคาดหวังเพื่อจะนำไปสู่ความสำเร็จตามที่บุคคลหวังเอาไว้

ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ

แนคเลอร์ (Nadler. 1990: 56) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะของแต่ละบุคคล เช่น ภูมิหลัง ประสบการณ์ การศึกษา การฝึกอบรม ทักษะ และอายุ มีผลทำให้บุคคลมีทัศนคติความต้องการหรือความต้องการแตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันสิ่งแวดล้อมของงาน เช่น ลักษณะผู้นำ ระบบการจ่ายค่าตอบแทน ก็มีผลต่อความคาดหวังของบุคคลด้วย

ทรวงทิพย์ วงศ์พันธุ์ (2541: 32) ได้ศึกษาลักษณะของผู้รับบริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้รับบริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มารับบริการและเหตุจูงใจในการมารับบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความต้องการของบุคคล ทำให้มีความคาดหวังแตกต่างกันออกไป ซึ่งจากการศึกษาของ ชิชณกร พรภาณุวิชญ์ (2540: 72) พบว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติแตกต่างกัน แต่ผลการศึกษาของประเทือง สูงสุวรรณ (2534: 64) ที่พบว่า ครูที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อสภาพแวดล้อมของโรงเรียนไม่แตกต่างกัน และการศึกษาของ ครุ เกษรมาลา (2537:

67) ก็พบว่า กลุ่มข้าราชการตำรวจชั้นประทวน ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการในวิชาชีพตำรวจไม่ต่างกัน

จำนวนครั้งที่มารับบริการ เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การได้รับบริการที่ผ่านมามีผล ต่อความต้องการของผู้รับบริการตามแนวความคิดของ จอห์นสัน และเลyth (Johnson and Lyth. 1991: 181-182) ที่กล่าวว่า ความต้องการของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับเกิดจากประสบการณ์การได้รับบริการที่ผ่านมา ถ้าผู้รับบริการพึงพอใจก็จะกลับมารับบริการอีก ซึ่ง นันทวัน เหลี่ยมปรีชา (2538: 25) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ให้บริการแต่ละคนมีแบบและวิธีการในการให้บริการที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นบริการจากคน ๆ เดียวกัน แต่ต่างวาระกันก็จะให้บริการไม่เหมือนกัน ถ้าผลของการบริการออกมาไม่ดี ผู้รับบริการก็จะไม่พึงพอใจและก็จะไม่กลับมารับบริการอีก

ความต้องการของผู้มารับบริการก็เหมือนกับความต้องการของบุคคลทั่วไป เพราะ เป็นมนุษย์มีชีวิต จิตใจ อารมณ์ มีความรู้สึกนึกคิด และความต้องการเฉพาะคนที่แตกต่างกัน ความต้องการของผู้มารับบริการที่ร้องขอกับสิ่งที่ผู้ปวยได้รับ และอาจรวมถึงความต้องการที่ คาดหวังว่าจะเป็นประโยชน์แก่สมาชิกในครอบครัว

เนื่องด้วยความต้องการเป็นสภาวะทางจิตอย่างหนึ่งของบุคคล ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นด้วยวิจระญาณเกี่ยวกับการคาดคะเน หรือคาดการณ์ล่วงหน้าถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าควรจะมี ควรจะเป็นหรือควรจะเกิดขึ้น ตามความจำเป็น ความเหมาะสมต่อสถานภาพหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ดังนั้น การวัดความต้องการจึงคล้ายกับการวัดความคิดเห็นโดยสามารถใช้วิธีการแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert scale) หรือการประมาณค่าได้เช่นกัน

## การบริการ

มีผู้ให้ความหมายของการบริการ ดังนี้

การบริการ (Service) คือ กระบวนการในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ดังนั้น การบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจบริการ โดย เข้าถึงในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และตอบสนองลูกค้าด้วยบริการที่เป็นเลิศ ได้มีผู้ให้ความหมายของการบริการไว้ ดังนี้

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539: 3) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ สิ่งที่จับต้องไม่ได้ เป็นสิ่งที่เชื่อมสูญสลายได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการและส่งมอบสู่ผู้รับบริการ เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ ทันที หรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

สุมนา อยู่โพธิ์ (2532: 48) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ที่เสนอเพื่อขายและสนองความพอใจแก่ลูกค้า หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2541: 35) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การที่จะดำเนินธุรกิจทางด้านบริการให้ชนะคู่แข่งนั้นจะต้องมีการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่องมากกว่าคู่แข่ง และเกินกว่าที่ลูกค้าต้องการไว้โดยสิ่งที่ลูกค้าต้องการนั้นจะได้จากประสบการณ์ต่าง ๆ ของลูกค้าในอดีต การบอกต่อปากต่อปาก และการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการลูกค้าจะเปรียบเทียบการบริการที่ลูกค้าได้รับ กับการบริการที่ลูกค้าต้องการ ถ้าการบริการลูกค้าได้รับต่ำกว่าการบริการที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้าจะขาดความสนใจในตัวผู้ให้บริการแต่ถ้าการบริการที่ลูกค้าได้รับเท่ากับหรือเกินกว่าที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้าก็มักจะใช้บริการจากผู้ให้บริการอีกครั้ง

กล่าวโดยสรุป กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นความต้องการไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

#### ความสำคัญของการบริการ

ทรายทอง วรณพิศิษฐ และปภาดา กันทะอินทร์ (2546: 5-7) ได้กล่าวว่า ความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการต่าง ๆ หลากหลายมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องรีบเร่งและ แข่งขันตลอดเวลาทั้งในด้านการดำรงชีวิต และการงานอาชีพ ทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาผู้อื่นช่วยเหลือจัดการเรื่องต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไป เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างผาสุก กล่าวคือ

##### 1.1 ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่พบเห็นขณะนี้มีอยู่

มากมายในรูปแบบของการจัดการการบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า บริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของบริการแต่ละประเภท และเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุด เพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจตามอัธยาศัยของแต่ละบุคคล

1.2 ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการนั้น ซึ่งประสิทธิภาพของการบริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและมีความสุข ทั้งการให้บริการที่ เป็นที่ต้องการของผู้ใช้

บริการจะต้องไม่ยุ่งยาก อำนวยความสะดวกสบายและสนองตอบสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการได้อย่างแท้จริง

## 2. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว มาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การดำเนินกิจการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่น ๆ ได้โดยเฉพาะผลกำไรและภาพพจน์ของการบริการ กล่าวคือ

2.1.1 ช่วยเพิ่มกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ การบริการที่ดีจะเป็นตัวสร้าง ผลกำไรระยะยาวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้า คุณภาพของการบริการจึงบอกลถึงความแตกต่างของ สินค้าจากคู่แข่งได้ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งก็คือผลกำไรที่ตามมานั่นเอง

2.1.2 ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจการดำเนินธุรกิจแทบทุกประเภทการบริการ จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับทุกขั้นตอนของการติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ไม่ว่าจะบริการนั้นจะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือไม่ก็ตาม เริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสาร หรือคำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อประกอบการตัดสินใจซื้อ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่ และเห็นความสำคัญของผู้ซื้อตลอดระยะเวลาการให้บริการ และการเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการและความต้องการของผู้ซื้อหรือ ลูกค้า สิ่งเหล่านี้ย่อมสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้า ซึ่งจะมีส่วนทำให้ลูกค้าตัดสินใจและเกิดการพูดกันต่อ ๆ ไปในกลุ่มลูกค้า (Words of Mouth) เป็นการประชาสัมพันธ์ ภาพพจน์ของธุรกิจดังกล่าวให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

2.1.3 ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจธุรกิจใดที่คำนึงถึงความสำคัญของการบริการ และส่งเสริมการบริการที่ดีมีคุณภาพ ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเมื่อลูกค้านั้นแน่ใจว่าสินค้าหรือบริการที่เขาจะตัดสินใจซื้อมีการบริการที่ดีกว่าสินค้าหรือบริการ

2.1.4 ช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจการหมุนเวียนเข้าออก ของพนักงานพบว่ามีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก กล่าวคือ การให้บริการที่ดีย่อมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและรักษาลูกค้าให้ผูกพันกับธุรกิจนั้นนาน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรสูงและสามารถจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานในอัตราสูงได้ พนักงานก็จะเกิดความพึงพอใจไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปทำงานที่อื่น แต่ในทางกลับกัน หากธุรกิจเสนอบริการที่ไม่ดี ทำให้ลูกค้าไม่พอใจและเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่ดีกว่า ธุรกิจย่อมประสบความล้มเหลวและส่งผลให้พนักงานไม่พอใจ

จนกระทั่งลาออกได้ จะเห็นได้ว่า การบริการมีส่วนสำคัญต่อการรักษาพนักงานให้ทำงานกับกิจการนั้นนาน ๆ หรือในทำนองเดียวกัน พนักงานก็มีบทบาทสำคัญในการเสนอบริการที่มีคุณภาพ การประกอบธุรกิจบริการดังกล่าวจึงประสบผลสำเร็จ

2.2 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวทางอุตสาหกรรมบริการในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดงานบริการเพิ่มขึ้นในหลายสาขาอาชีพจนเติบโตขึ้นเป็นธุรกิจบริการต่าง ๆ มากมาย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการการบริการของผู้บริโภค ซึ่งมีแนวโน้มหลากหลายมากขึ้น การประกอบอาชีพบริการจึงเป็นอาชีพสำคัญในตลาดแรงงานและทำรายได้ดี กล่าวคือ

2.2.1 ช่วยให้มีอาชีพ และรายได้ ธุรกิจบริการตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานบริการในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ทำให้มีการฝึกอบรมพนักงานแต่ละคนให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรและสามารถจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงานได้ งานบริการเป็นอาชีพที่สุจริตที่ทำให้มีรายได้ที่ดีพอสมควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของงานบริการ และความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะฝึกฝนและพัฒนาตนเอง

2.2.2 ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขายโดยทั่วไปลูกค้ามักมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าน้ำหรือผลิตภัณฑ์ก่อนข้างจำกัดในแง่ของเทคโนโลยีการผลิตหรือประสิทธิภาพการใช้งานของสินค้าน้ำต่าง ๆ แต่ลูกค้าจะทราบเงื่อนไขการบริการต่าง ๆ ที่ผู้ขายเสนอให้และสามารถนำมาเปรียบเทียบประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการได้ทันที โอกาสที่ผู้ขายหรือพนักงานบริการจะขายสินค้าน้ำหรือบริการทำได้ง่ายและสะดวกขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการโน้มน้าวจิตใจลูกค้าการบริการนับว่าเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค และการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งหลาย ผู้บริโภคทุกวันนี้จำเป็นต้องพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ มากมายในการจัดการวิถีชีวิตประจำวันให้เป็นไปอย่างปกติสุข การแข่งขันทางเศรษฐกิจให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกในตลาดการค้าเสรี ทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริการอย่างจริงจัง จึงจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จในที่สุด

#### ลักษณะของการบริการที่ดี

สมนา อยู่โพธิ์ (2532: 48-61) ได้กล่าวว่า การบริการมีลักษณะสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้แก่คนที่จะได้รับบริการ

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิต และการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่น ๆ ให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายของบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการ เป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร โดยที่ในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมดูแลคุณภาพที่ได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการรวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้าโดยเน้นการรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้าทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish Ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ๆ ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

#### หลักการให้บริการ

สมิต สัจฉกร (2542: 173 – 174) ได้ให้ความคิดเห็นถึงแนวคิดเกี่ยวกับการบริการและหลักการให้บริการว่า การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้การช่วยเหลือ การทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเรา ผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโดยทั่วไป หลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง ดังนี้

##### 1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ

การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

##### 2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

คุณภาพ คือ ความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ หมายความว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณค่าของบริการวัดได้ด้วย ความพอใจของลูกค้า

##### 3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ ครบถ้วน

การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการ และความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะถ้าหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขอภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

#### 4. เหมาะสมแก่สถานการณ์

การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้า หรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้า และสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

สมิต สัจฉกร (2542: 174 – 176) ได้กล่าวว่า การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปนิสัย และอารมณ์แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้

1. ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการ ก็จะทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจ และเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะเกิดเป็นผลด้านดี

2. ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาการรีบร้อน จึงต้องการความช่วยเหลือที่ทันอกทันใจการแสดงออกอย่างสุถูกงอในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุขและความพอใจ

3. ทำถูกต้อง ดังได้กล่าวไว้ในหลักของการให้บริการว่า การให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์จะเป็นการสนองตอบความต้องการ และทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการ อย่างชัดเจน การบริการที่ดีจึงต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องที่จะรับ บริการที่ดี หรือเหนือกว่าผู้อื่นหากเราแสดงออกให้คนต่าง ๆ เห็นว่าเราให้บริการให้เป็นพิเศษ แก่คนบางคนก็เท่ากับไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความพอใจให้แก่บุคคลเพียงคนเดียว

5. ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่าเมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองความต้องการ ให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็จะเกิดความปิติ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจลักษณะเด่น ๆ ของบริการที่ดีตามที่อธิบายข้างต้น เป็นลักษณะพื้นฐานหลายสิ่งหลายอย่างที่อาจช่วยส่งเสริมให้เกิดบริการที่ดี

ได้ยิ่ง ๆ ขึ้นอีก เช่น การแสดงอุท्याศัยที่คิงของผู้ให้บริการความสุภาพน่ารัก และความเอาใจใส่ ติดตามเรื่องการช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ความซื่อสัตย์การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น

### ประวัติความเป็นมาของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด

บริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ก่อตั้งโดยนายณรงค์ ینگค์ธเนศ ประธานบริหาร เมื่อปี พ.ศ. 2531 เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าด้านไอทีชั้นนำ อาทิ โมโครซอฟท์ ฮิวเลตต์-แพคการ์ด และซีเกท ในปี พ.ศ. 2542 บริษัทฯ ได้นำระบบออนไลน์หรือ B2B มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ และสามารถดำเนินธุรกิจผ่านระบบออนไลน์ได้ นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้เปิดศูนย์บริการทั้งก่อนและหลังการขาย รวมถึงให้การสนับสนุนด้านการบำรุงดูแลรักษาระบบเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าผ่านทาง 2 สาขาในกรุงเทพฯ และอีก 8 สาขาในต่างจังหวัดซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ได้แก่ ระยอง เชียงใหม่ หาดใหญ่ ขอนแก่น นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี ภูเก็ตและพิษณุโลกในปี 2544 บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างธุรกิจไปสู่การเป็นผู้จัดจำหน่ายแบบเพิ่มมูลค่า (Value Added Distribution Company) โดยแบ่งธุรกิจออกเป็น 3 กลุ่มหลักคือ

1. **Distribution** การจัดจำหน่ายสินค้าไอที สินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ เคสก์ทอปพีซี โน้ตบุ๊ก พรินเตอร์ แอลซีดี พีดีเอ เป็นต้น

2. **Enterprise Solutions** การให้บริการด้านการออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์ระบบ โครงสร้างพื้นฐานให้กับองค์กรที่ต้องการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ เซิร์ฟเวอร์ขนาดใหญ่สำหรับองค์กร เซิร์ฟเวอร์ขนาดเล็กสำหรับหน่วยงาน ระบบปฏิบัติการ ซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันสำหรับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ด้านไอทีเพื่อการจัดการระบบ และระบบรักษาความปลอดภัยจากผู้ผลิตชั้นนำ เป็นต้น

3. **ICT Services** การให้บริการด้านไอที ประกอบด้วยการออกแบบโครงสร้างระบบเครือข่าย และการอิมพลิเมนต์ระบบรักษาความปลอดภัย การอินทิเกรตระบบการให้บริการเว็บไซต์ การออกแบบและอิมพลิเมนต์โครงสร้างสำเร็จรูปเพื่อการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการฝึกอบรมและบริการซ่อมบำรุงรักษา (MA) เป็นต้น

### นโยบายหลัก

มีการวางยุทธศาสตร์ทางธุรกิจที่ชัดเจน

บริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าที่จะขยายส่วนแบ่งทางการตลาดและสร้างความแข็งแกร่งให้กับเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายยิ่งขึ้น โดยทางบริษัทฯ ได้จับมือเป็นพันธมิตรกับผู้ผลิตสินค้าไอทีชั้นนำ อาทิ แอปเปิลคอมพิวเตอร์, ฮัสซุสเทค, เบนคิว, ซิส



โก, ฮิวเลตต์-แพคการ์ด, ไอบีเอ็ม, เลโนโว, ไมโครซอฟท์, ออราเคิล และอื่นๆ อีกมากมาย เพื่อขยายสายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ใช้ทุกกลุ่ม

#### ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการบริการแก่คิเลลอร์ให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ในเดือนพฤศจิกายน 2541 ที่ผ่านมา บริษัทเดอะแวลลูชิสเตมส์ จำกัด ได้ประกาศเปิดตัวโครงการ “Value Online” (หรือชื่อในปัจจุบัน คือ “ECS Online Express”) ขึ้น สำหรับคิเลลอร์ทั่วประเทศไทยให้สามารถสั่งซื้อสินค้าและขอรับบริการข้อมูลแบบออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างฉับไว

#### เป็นพันธมิตรการจัดจำหน่ายในระดับภูมิภาค

ในเดือนพฤศจิกายน 2541 บริษัทเดอะแวลลูชิสเตมส์ จำกัด และบริษัทผู้ค้าส่งสินค้าไอทีรายใหญ่อีก 2 บริษัทในสิงคโปร์และมาเลเซีย คือ บริษัทอีซีเอส คอมพิวเตอร์ (สิงคโปร์) จำกัด และบริษัทเค.ยู. ชิสเตมส์ (มาเลเซีย) จำกัด ได้ประกาศความร่วมมือในการจัดตั้งบริษัทอีซีเอส โฮลดิ้งส์ จำกัด หรืออีซีเอสเอช โดยมีบริษัทแนทสคิล อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่เป็นอันดับห้าของโลก เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ต่อมาอีซีเอสเอชได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2545 หลังจากนั้น โซเลคตรอน ผู้ผลิตไอทีรายใหญ่ระดับโลกได้เข้ามาถือหุ้นในแนทสคิล ส่งผลให้ ณ ปัจจุบันนี้โซเลคตรอนกลายเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในอีซีเอสเอชแต่เพียงผู้เดียว ต่อมาอีซีเอสเอชก็ได้พันธมิตรเพิ่มอีก 2 ราย คือ บริษัทพีซีไอ (ประเทศจีน) จำกัด ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทอีซีเอส (ประเทศจีน) จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าไอทีรายใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศจีน และต่อมายังได้ร่วมลงทุนกับบริษัทแฮริส มาอาอุงจาซา จำกัด ตั้งบริษัทอีซีเอส อินโด จำกัด ขึ้น และล่าสุดยังได้เข้าถือหุ้นจำนวน 49% ในบริษัทเอ็มเอสไอ-คิจิแลนค์ ฟิลิปปินส์ จำกัด ของประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งในปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็น “เอ็มเอสไอ-อีซีเอส ฟิลส์ จำกัด” ปัจจุบันบริษัทอีซีเอส โฮลดิ้งส์ จำกัด มีเครือข่ายอยู่ใน 6 ประเทศ คือ จีน ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ นับเป็นบริษัทค้าส่งสินค้าไอทีชั้นนำในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนี้ด้วยเครือข่ายการจัดจำหน่ายกว่า 21,400 ราย

#### เป้าหมาย

เป็นผู้นำด้านการให้บริการสินค้าและบริการทางด้านไอที และการให้บริการแบบเพิ่มมูลค่าเพื่อการเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งและนำไปสู่สัมฤทธิ์ผลในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น วัฒนธรรมองค์กร

คิดบวกเชิงสร้างสรรค์ จริงใจในสิ่งที่ทำ ทำงานอย่างมืออาชีพ เป็นเจ้าของร่วมกัน รวมพลังเป็นหนึ่ง

**ผลิตภัณฑ์ที่จัด  
จำหน่าย:**

<b>Accessories</b>	Belkin, Buffalo, Transcend
<b>Application Software</b>	Adobe, Business Objects, Embarcadero, McAfee, Microsoft, Oracle, Red Hat, SAP, Sran, Symantec, VMware
<b>Management Software</b>	Cisco, Citrix, NetScout, Vizioncore
<b>Mobile Computer</b>	Intermec
<b>Notebook</b>	Apple, Asus, BenQ, HP, Lenovo
<b>Network</b>	Hardware: 3Com, Asus, Cisco, D-Link, Buffalo, Huawei Network Management Software: Cisco, NetScout
<b>PC &amp; Workstation</b>	Desktop: Apple, HP Workstation: HP, Oracle/Sun
<b>PDA</b>	HP
<b>Peripheral</b>	Digital Camera: BenQ Input Device: Wacom Memory Buffer: Buffalo Monitor: BenQ MP3 Player: BenQ, iPod Projector: BenQ, HP, Samsung Printer: Brother, HP, Intermec, Samsung Scanner: Fujitsu
<b>Security</b>	Cisco
<b>Server</b>	PC Server: HP, IBM Unix Server: HP, Oracle/Sun
<b>Storage</b>	Buffalo, EMC, NetApp
<b>UPS</b>	Ablerex, Emerson

รายได้รวม:	<p>ปี 2553: 14,196.43 ล้านบาท</p> <p>ปี 2552: 11,886.27 ล้านบาท</p> <p>ปี 2551: 11,307.29 ล้านบาท</p> <p>ปี 2550: 10,310.32 ล้านบาท</p> <p>ปี 2549: 10,180.62 ล้านบาท</p> <p>ปี 2548: 7,877.19 ล้านบาท</p> <p>ปี 2547: 6,464.72 ล้านบาท</p> <p>ปี 2546: 5,276.06 ล้านบาท</p> <p>ปี 2545: 4,424.58 ล้านบาท</p> <p>ปี 2544: 4,072.03 ล้านบาท</p> <p>ปี 2543: 3,325.38 ล้านบาท</p> <p>ปี 2542: 2,001.54 ล้านบาท</p> <p>ปี 2541: 1,512.83 ล้านบาท</p> <p>ปี 2540: 1,948.93 ล้านบาท</p>
จำนวนพนักงาน:	463 คน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554)
เกียรติประวัติ:	<p>ได้รับการจัดอันดับจากหนังสือ "Top 1,000 Thai Companies" ซึ่งจัดทำโดยบริษัท เนชั่น พับบลิชซิ่ง (มหาชน) จำกัด โดยวัดจากรายได้และผลกำไรในปี 2006 ดังนี้:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ลำดับที่ 199 จาก 1,000 บริษัทแรกที่มีรายได้สูงสุด (เลื่อนขึ้นจากลำดับที่ 239 ในปี 2005)</li> <li>• ลำดับที่ 589 ของบริษัทที่มีกำไรสุทธิสูงสุด</li> </ul> <p>ได้รับรางวัลจากซัพพลายเออร์ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Microsoft Partner Excellence Award 2005</li> <li>• The Professional Services Team won the 2nd Runner Up Tech Mastermind in APAC from Cisco in 2005</li> <li>• HP Business Critical Systems Excellence Award 2005</li> <li>• HP Best Performance Award 2H05 of Imaging and Printing</li> </ul>

• Group Business

- HP Best Performance Award 2H05 of Personal Systems Group Business
- Best in Business Fundamentals 2006 จากบริษัทฮิวเลตต์-แพคการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด
- Microsoft Channel Excellence Award in Distributor 2006
- High Performance Parts Reseller 2006 จากบริษัทฮิวเลตต์-แพคการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด
- Top Partner of The Year South East Asia Diamond 2007 จากบริษัทบีอีเอ ซิสเต็มส์ อิงค์
- Top Performing Distributor FY2007 จากบริษัทไซแมนเทค คอร์ปอเรชั่น
- Top Performing Distributor FY2008 จากบริษัทไซแมนเทค คอร์ปอเรชั่น
- Symantec Distribution Partner ในโปรแกรม Symantec Partner Program 2009 จากบริษัทไซแมนเทค คอร์ปอเรชั่น
- Value Distributor of the Year 2009 จากบริษัทดีลิงค์ คอร์ปอเรชั่น
- MIS IT Excellence Awards 2009 สาขา Best Security Strategy จากนิตยสาร MIS Asia
- RISE! Award 2009 ประเภททีม จากบริษัทชัน ไมโครซิสเต็มส์ จำกัด
- Global e-Learning Certification จากบริษัทไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด
- Top Distributor Of The Year 2009 จากบริษัทซิสโก ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด
- Top Symantec Performing Distributor Award FY2010 จากบริษัทไซแมนเทค (ประเทศไทย) จำกัด
- RISE! Award 2010 ประเภททีม จากบริษัทชัน ไมโครซิสเต็มส์ จำกัด
- Best Performance Award 2H09 ในกลุ่ม Personal Systems Group

Business จากบริษัทฮิวเลตต์-แพคการ์ด จำกัด

- Microsoft Distribution Partner of the Year FY2010 จากบริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด
- Top Value Added Distributor Asia South Region จากบริษัทไซแมนเทค คอร์ปอเรชัน จำกัด
- Certified Advantage Partner 2009 และ Valued Partner จากบริษัท ออราเคิล คอร์ปอเรชัน จำกัด

เป็นบริษัทแรกในประเทศไทยที่นำระบบ E-Business (B2B) มาใช้ในธุรกิจค้าส่ง (โดยได้เปิดตัวระบบออนไลน์สำหรับคิลเลอร์ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2541)

ได้รับการคัดเลือกจากพันธมิตรธุรกิจซอฟต์แวร์ (Business Software Alliance) หรือ BSA ให้เป็น 1 ใน 2 บริษัทชั้นนำในไทยที่ประสบความสำเร็จในการนำระบบอีคอมเมิร์ซมาใช้ในธุรกิจ

ได้รับการคัดเลือกจากนิตยสาร CIO Magazine ให้เป็น 1 ใน 3 บริษัทไทยที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาระบบบริหารการขาย (Sales Information Management) สำหรับใช้ภายในบริษัท

ได้รับการคัดเลือกจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ให้เป็น 1 ใน 7 บริษัทเด่นของประเทศไทยที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นยุทธศาสตร์ในการขยายโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยจัดพิมพ์ในหนังสือ "e-Commerce ในธุรกิจจริง"

แวดล้อม เพื่อสังคม:

บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมเพื่อสังคมจำนวน 3 โครงการ ได้แก่

1) โครงการโลกนิทานของหนู – เพื่อสร้างห้องสมุดนิทานให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ เริ่มดำเนินการเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2550 ณ โรงเรียนวัดบางกระสอบ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ, ปีที่ 2 พ.ศ. 2551 ณ โรงเรียนคล้ายสอนศึกษา จ.นนทบุรี, ปีที่ 3 พ.ศ. 2552 โรงเรียนวัดบางเตยนอก จ.ปทุมธานี, ปี 4 พ.ศ. 2553 โรงเรียนบ้านปลายคลองน้อย จ.สมุทรสาคร, ปีที่ 5 พ.ศ. 2554 โรงเรียนวัดประฆาณาด จ.นครปฐม

2) โครงการปลูกต้นไม้ คลายโลกร้อน – ปีที่ 1 พ.ศ. 2550 ณ สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ ค.บางกะเจ้า อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ, ปีที่ 2 พ.ศ. 2551 และปีที่ 3 พ.ศ. 2552 ณ ป่าชุมชนเมืองสวนป่าแก่นน้อมเกล้า ค.ทรงคนอง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ, ปีที่ 4 พ.ศ. 2553 ณ ป่าชุมชนหมู่ 1 อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ

3) โครงการส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับชุมชน – ระยะเวลาสนับสนุนโครงการ 5 ปี โดยเริ่มดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ณ ชุมชนสวนป่าแก่นน้อมเกล้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรมนโยบายและวิชาการ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2550: บทคัดย่อ). การสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี ปีงบประมาณ 2550 ครั้งนี้ โดยการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่มาติดต่อราชการ โดยสุ่มแบบง่าย จำนวน 100 คน โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นคือข้อมูลทั่วไป ข้อมูลด้านการบริการ ข้อมูลด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และผลจากการให้บริการและนำข้อมูลมาดำเนินการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57 เพศชาย ร้อยละ 43 ด้านอายุส่วนใหญ่อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 34 รองลงมาอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 31 และอายุ 51 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 20 ส่วนอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 15 ในด้านการศึกษาพบว่าต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 87 ปริญญาตรี ร้อยละ 9 ปริญญาโท ร้อยละ 3 สูงปริญญาโท ร้อยละ ด้านอาชีพพบว่า มีอาชีพการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 51 รับจ้าง ร้อยละ 26 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 13

ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4 และรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 58 มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 32 ส่วนรายได้ 10,000 -20,000 ร้อยละ 8 และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปร้อยละ 2 คน

ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร พบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการ/บุคลากรผู้ให้บริการด้วยรอยยิ้มสุภาพเป็นมิตร/อภัยาศัยดี บริการด้วยความสะอาดรวดเร็วดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ และให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $X = 4.26$ ) ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน มีระยะเวลาให้บริการที่เหมาะสม บริการเป็นระบบก่อน-หลังอย่างยุติธรรม มีเครื่องมือให้บริการที่ทันสมัย มีเอกสาร แผ่นป้าย แผ่นพับ บอร์ด แจ้งข้อมูลต่างๆ และมีผู้แสดงความคิดเห็น โดยภาพรวมประชากรผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก( $X = 4.27$ ) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่นั่งผู้รับบริการ สถานที่บริการสะอาดเป็นระเบียบ ความชัดเจนของป้ายต่างๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ บอจุดบริการ โทรศัพท์สาธารณะ บริการน้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องน้ำ โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ( $X = 4.07$ ) และด้านผลรวมการให้บริการ ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก( $X = 20$ ) ในด้านการให้คำแนะนำการปรับปรุงการให้บริการ ส่วนให้คำแนะนำในด้านการทำงานแทนกันและให้ข้อมูลต่างๆ ได้ ส่วนในเรื่องของการปรับปรุง เช่น สถานที่กับแคบจะเห็นได้ว่าจากภาพรวมในการให้บริการของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ประชาชนผู้ขอรับบริการมีความพึงพอใจในโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

อาจารย์ พุทธพร (2551:บทคัดย่อ) การศึกษาครั้งนี้ผู้ทำการศึกษาได้ตั้งความมุ่งหวังเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โดยตรงที่สำนักงานบัญชีพนาดาว ใน 3 ด้าน คือ ด้านประสิทธิภาพของการให้บริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการ และด้านสถานที่และปัจจัยแวดล้อมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้มาใช้บริการ ของสำนักงานบัญชีพนาดาว 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติต่างๆ ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าของสำนักงานบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้มาใช้บริการพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านคุณภาพของการให้บริการมากที่สุด

2. ด้านประสิทธิภาพของการให้บริการ พบว่า ตรวจสอบรายการความถูกต้องของเอกสารเพื่อการบันทึกบัญชี รายได้ ค่าใช้จ่าย ลูกหนี้ เจ้าหนี้ ใบกำกับภาษี ใบเสร็จรับเงิน เอกสารรับชำระหนี้ เอกสารนำฝากธนาคาร และการปรับปรุงบัญชี การบันทึกทรัพย์สินและค่าเสื่อมราคา มีความพึง

พอใจอยู่ในระดับ “มาก” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อการการเป็นตัวแทน ผู้ประกอบการ ไปแก้ต่างในกรณีที่สรรพากรเชิญพบ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.49 ส่วนการจัดทำการประมาณการเพื่อยื่นภาษีครั้งปี กงค.51 โดยมีการเจรจากับ ผู้ประกอบการถึงหลักเกณฑ์ต่างๆเกี่ยวกับการยื่นภาษีครั้งปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และการตรวจสอบบัญชี ซึ่งการเงินให้ความเห็นถึงข้อบกพร่องของระบบการจัดทำบัญชีของกิจการ ซึ่งได้พบในระหว่างปฏิบัติงานตรวจสอบ เพื่อให้ผู้บริหาร ทราบถึงข้อบกพร่องของการจัดทำบัญชี และเสนอแนวทางเพื่อจัดการกับระบบบัญชีให้ถูกต้องมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ย มีค่าน้อยที่สุด เท่ากับ 3.64 และ 3.33 ตามลำดับ

3.ด้านคุณภาพของการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อการใช้บริการ เรื่องพนักงาน มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานซึ่งค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 รองลงมาความสุภาพ และมีอัธยาศัย ไมตรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ส่วนบริการในราคาที่เป็นธรรมและ เหมาะสมกับเนื้องานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 4.01

4.ด้านสถานที่และปัจจัยแวดล้อม พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่และปัจจัย แวดล้อมของสำนักงานบัญชี โดยรวมอยู่ในระดับ “ปานกลาง” เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการและความสะอาดของสถานที่ให้บริการ มากที่สุด ซึ่งค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 รองลงมา ท่าเลที่ตั้งของสำนักงานบัญชีสะดวกต่อการมาใช้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนความสะอาดและเพียงพอของที่จอดรถมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.65

พรปวีณ์ ศิริรักษ์ (2551:บทคัดย่อ) การศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านฉัตรสุขภาพคลินิก แพทย์แผนไทยและสปา อำเภอหัวหิน ใน 6 ด้าน คือ ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับการบริการ ด้านความพึงพอใจต่ออัธยาศัยของพนักงาน ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงานบริการ ด้านความพึงพอใจต่อการคุณภาพการบริการ ด้านความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่าย ในการบริการจำแนก ตาม เพศ อายุ รายได้ ประเภทของการใช้บริการ และจำนวนครั้งที่มารับบริการ ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือลูกค้าที่มาใช้บริการของร้านฉัตรสุขภาพคลินิก แพทย์แผนไทยและสปา อำเภอหัวหิน จำนวนทั้งสิ้น 155 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็น แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 33 ข้อ สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ตัวแปรอิสระ 2 ตัว โดยใช้ค่า (t-test)



### ผลการวิจัย พบว่า

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของร้านฉัตรสุขภาพคลินิกแพทย์แผนไทยและสปา อำเภอหัวหิน โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก
2. ลูกค้าที่มีเพศอายุและจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านฉัตรสุขภาพคลินิกแพทย์แผนไทยและสปา อำเภอหัวหิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มียัยสำคัญทางสถิติ
3. ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านฉัตรสุขภาพคลินิกแพทย์แผนไทยและสปา อำเภอหัวหิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านความพึงพอใจต่ออัตราค่าของพนักงาน ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ ด้านความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงานบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายในการบริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
4. ลูกค้าที่มาใช้บริการของร้านฉัตรสุขภาพคลินิกแพทย์แผนไทยและสปา อำเภอหัวหิน ที่มีประเภทของการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ ที่เหลือไม่แตกต่าง

สุดารัตน์ แสงนันดา (2553:บทคัดย่อ) การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ติดต่อประสานงานต่อการบริการของพนักงาน บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน) และเปรียบเทียบความสัมพันธ์ ด้านต่างๆ กับความพึงพอใจของลูกค้ารวมถึง เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหาการบริการของพนักงานและสามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาประยุกต์ใช้ และพัฒนารวมถึงแก้ไขจุดบกพร่องของการให้บริการของพนักงาน บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน) การศึกษาวิจัยได้เริ่มดำเนินการในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2554 ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 104 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งครอบคลุมข้อมูลทั่วไปและความพึงพอใจของลูกค้าต่อองค์ประกอบการให้บริการของพนักงานบริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน) และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หากค่าความดี ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเชิงปริมาณด้านการทดสอบค่า T-test, F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05%

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านภาพรวมของการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน) อยู่ที่ระดับปานกลางโดยคะแนนเฉลี่ย

3.35. . โดยให้ความพึงพอใจในเรื่องของความรวดเร็ว ความสุภาพเป็นมิตร และมีเจ้าหน้าที่อยู่เวรให้บริการช่วงพักกลางวันในระดับความพึงพอใจมาก ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการของบริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส เซส จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก โดยคะแนนเฉลี่ย 3.4 โดยให้ระดับความพึงพอใจในด้านระยะเวลาการให้บริการและขั้นตอนการให้บริการที่เหมาะสมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของบริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส เซส จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก โดยคะแนนเฉลี่ย 3.51 โดยให้เรื่องความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่รวมถึงที่จอดรถเพียงพออยู่ในระดับความพึงพอใจมากและยังพบว่าเพศหญิงมากกว่าเพศชายที่ 53 คน คิดเป็นร้อยละ 51 เพศชาย 51 คิดเป็นร้อยละ 49 ตามลำดับ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีปริมาณมากที่สุดอยู่ที่ 25 คนคิดเป็นร้อยละ 24.04 ระดับการศึกษาที่มีปริมาณสูงสุดคือระดับปริญญาตรี มี 45 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ระดับตำแหน่งพบว่าระดับปฏิบัติการมีปริมาณสูงสุดที่ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 33

สำหรับข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุง และพัฒนาสำหรับบริษัท บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส เซส จำกัด (มหาชน) ในด้านพนักงานที่ให้บริการ ควรมีการสร้างความรู้พร้อมในการปฏิบัติงานในด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าเป็นคนสำคัญเสมอ ด้านสถานที่ควรมีบริเวณที่จอดรถให้เพียงพอสำหรับลูกค้า ด้านคุณภาพการให้บริการควรปรับปรุงด้านความรวดเร็วในการให้บริการ โดยจัดสรรพนักงานให้บริการให้เพียงพอในช่วงเวลาเร่งด่วน เช่น ช่วงที่มีการรับเช็คประจำเดือน

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ที่มุ่งศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยจะศึกษา 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่าย สินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์ เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามความมุ่งหมายที่กำหนด ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2 เครื่องมือและวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เป็นผู้ใช้บริการ บริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด สาขาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 4,680 ราย กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างตามตารางสัดส่วนของ Krejcie & Morgan ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 350 ราย

#### ตารางที่ 3-1 ตารางเคร็ชีมอแกน

สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie & Morgan

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ Robert V. Krejcie แห่งมหาวิทยาลัย Minisota และ Earyle W. Morgan แห่งมหาวิทยาลัย Texas (1970 : 608-609) ได้สร้างตารางขนาดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่างขึ้นมา เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเลือกขนาดของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยไปใช้ได้

จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
10	10	150	108	460	210	2,200	327
15	14	160	113	480	214	2,400	331
20	19	170	118	500	217	2,600	335
25	24	180	123	550	226	2,800	338

30	28	190	127	600	234	3,000	341
35	32	200	132	650	242	3,500	346
40	36	210	136	700	248	4,000	351
45	40	220	140	750	254	4,500	354
50	44	230	144	800	260	5,000	357
55	48	240	148	850	265	6,000	361
60	52	250	152	900	269	7,000	364
65	56	260	155	950	274	8,000	367
70	59	270	159	1,000	278	9,000	368
75	63	280	162	1,100	285	10,000	370
80	66	290	165	1,200	291	15,000	375
85	70	300	169	1,300	297	20,000	377
90	73	320	175	1,400	302	30,000	379
95	76	340	181	1,500	306	40,000	380
100	80	360	186	1,600	310	50,000	381
110	86	380	191	1,700	313	75,000	382
120	92	400	196	1,800	317	100,000	384
130	97	420	201	1,900	320		
140	103	440	205	2,000	322		

(ที่มา : Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan. Educational and Psychological Measurement, 1970 : 608-609)

## เครื่องมือและวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและการให้บริการ โดยมีกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมถึงการให้บริการในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งประกอบด้วย 8 ด้าน คือ

1. ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า
2. ด้านการออกแบบ ติดตั้ง
3. ด้านไอที

4. ด้านการฝึกอบรม
5. ด้านการซ่อมบำรุงรักษา
6. ด้านพนักงาน
7. ด้านอาคารสถานที่
8. ด้านระบบออนไลน์

## 2. การสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาการให้บริการจากเอกสาร ตำรา ทฤษฎี ระเบียบ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์

2. สร้างแบบสอบถาม ตามกรอบแนวคิด โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับตัวแปรอิสระ คือ

1. ประเภทธุรกิจของลูกค้า
2. สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า
3. ยอดสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน
4. บริการที่ลูกค้าเลือกใช้กับบริษัท

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัท

เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยมี 8 ด้าน คือ

1. ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า
2. ด้านการออกแบบ ติดตั้ง
3. ด้านไอที
4. ด้านการฝึกอบรม
5. ด้านการซ่อมบำรุงรักษา
6. ด้านพนักงาน
7. ด้านอาคารสถานที่
8. ด้านระบบออนไลน์

### เกณฑ์การประเมิน

นำค่าเฉลี่ยของคะแนนจากขั้นตอนต่าง ๆ ในการบริการของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
1.00 - 2.33	ต่ำ
2.34 - 3.66	ปานกลาง
3.67 - 5.00	สูง

### 3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

หลังจากสร้างแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา 3 คน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้อง (IOC) ถูกต้อง ตรงตามเนื้อหา (Validity) และความชัดเจนของประเด็นคำถาม ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.67-1.00

หลังจากผ่านการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือแล้ว ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการเก็บข้อมูลจากประชาชนทั่วไป ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 20 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ ) (Coefficient Alpha) ของครอนบาช (Cronbach) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .71

### วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. แจกแบบสอบถามให้ลูกค้าที่เป็นบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์ จำกัด และรับคืน
2. รวบรวมแบบสอบถามคืนมา ตรวจสอบและคัดเลือกเอาเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ เพื่อ

ดำเนินการกระทำตามขั้นตอนต่อไป

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทุกฉบับ
2. วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดย

แจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์ จำกัด เพื่อทราบถึงระดับพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์ จำกัด และตรวจให้คะแนน ตามแนวคิดของไลเคิร์ต (Likert) หาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการเปรียบเทียบความระดับพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้วยการทดสอบที (t-test) และค่าความแปรปรวน (ANOVA)

#### สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. ทดสอบสมมติฐานด้วย ค่าความแปรปรวน (ANOVA) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบด้วยคำบรรยาย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ในบทนี้กล่าวถึง สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลความหมายข้อมูล จึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบมาตรฐาน
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบมาตรฐาน
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
SS	แทน	ค่าผลบวกของผลคูณกำลังสอง
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลคูณกำลังสอง
P	แทน	ความน่าจะเป็น
df	แทน	ความเป็นอิสระ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท



ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งศึกษา 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท กับตัวแปรตาม ทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ใช้บริการ บริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 360 ชุด นำแบบสอบถามฉบับที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 350 ไปวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท

ที่	ตัวแปรอิสระ	จำนวน	ร้อยละ
1	ประเภทธุรกิจของลูกค้า		
	ธุรกิจขนาดเล็ก	65	18.6
	ธุรกิจขนาดกลาง	219	62.6
	ธุรกิจขนาดใหญ่	66	18.9
2	สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า		
	Net PDC 30 วัน	174	49.7
	Net PDC 15 วัน	104	29.7
	Net PDC 40 วัน	30	8.6
	Credit สั่งสินค้าพร้อมวางบิล	42	12.0
3	งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 100,000 บาท	78	22.3
	100,000-200,000 บาท	183	52.3
	200,001-300,000 บาท	59	16.9
	300,001-400,000 บาท	0	0
	400,001-500,000 บาท	0	0
	500,001 บาท ขึ้นไป	30	8.6
4	ลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท		
	สั่งซื้อสินค้า	115	32.9
	การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลีเมนต์	62	17.7
	บริการด้านไอที	173	49.4
	รวม	350	100.0

จากตารางที่ 4-1 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ส่วนมากเป็นธุรกิจขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 62.6 มีสภาพคล่องของบริษัท Net PDC 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 47.7 มีงบประมาณในการสั่งซื้อต่อเดือน 100,000-200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.3 มี

การเลือกใช้บริการเลือกใช้บริการไอที คิดเป็นร้อยละ 49.4 โดยครั้งนี้มีประชาชนจำนวนทั้งหมด 350 คน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งศึกษา 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์

ตารางที่ 4- 2 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด จำแนกเป็นรายด้านและภาพรวม

การให้บริการ	ความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า	4.2029	.36735	สูง
ด้านการออกแบบ ติดตั้ง	4.0436	.47660	สูง
ด้านไอที	4.5471	.24587	สูง
ด้านการฝึกอบรม	4.3314	.30385	สูง
ด้านการซ่อมบำรุงรักษา	3.9871	.25003	สูง
ด้านพนักงาน	3.8924	.26795	สูง
ด้านอาคารสถานที่	3.5786	.34830	ปานกลาง
ด้านระบบออนไลน์	4.0907	.29529	สูง
ภาพรวม	4.0562	.09866	สูง

จากตารางที่ 4-2 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับสูง

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เคอะเวลลูซิสเทมส์ จำกัด ตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้ บริการใดของบริษัท กับตัวแปรตาม ทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และ ด้านระบบออนไลน์

ตารางที่ 4-3 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการ ของบริษัท เคอะเวลลูซิสเทมส์ จำกัด โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	11.194	2	5.597	54.095	.000
	ภายในกลุ่ม	35.903	347	.103		
	รวม	47.097	349			
ด้านการออกแบบ ติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	18.861	2	9.431	54.169	.000
	ภายในกลุ่ม	60.412	347	.174		
	รวม	79.273	349			
ด้านไอที	ระหว่างกลุ่ม	3.211	2	1.605	31.143	.000
	ภายในกลุ่ม	17.887	347	.052		
	รวม	21.097	349			
ด้านการฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	12.213	2	6.107	105.912	.000
	ภายในกลุ่ม	20.007	347	.058		
	รวม	32.221	349			
ด้านการซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	.124	2	.062	.989	.373
	ภายในกลุ่ม	21.693	347	.063		
	รวม	21.817	349			

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.838	2	1.919	31.381	.000
	ภายในกลุ่ม	21.219	347	.061		
	รวม	25.057	349			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	8.056	2	4.028	40.770	.000
	ภายในกลุ่ม	34.283	347	.099		
	รวม	42.339	349			
ด้านระบบออนไลน์	ระหว่างกลุ่ม	7.820	2	3.910	59.999	.000
	ภายในกลุ่ม	22.613	347	.065		
	รวม	30.432	349			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.774	2	.387	51.162	.000
	ภายในกลุ่ม	2.624	347	.008		
	รวม	3.397	349			

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 4-3 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-4 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า

ประเภทธุรกิจของลูกค้า	ธุรกิจขนาดเล็ก	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดใหญ่
ธุรกิจขนาดเล็ก	-	.41*	.09
ธุรกิจขนาดกลาง	-	-	.32*
ธุรกิจขนาดใหญ่	-	-	-

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 4-4 การให้บริการของผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในด้านการจัดจำหน่ายสินค้า พบว่า ลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดเล็ก มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันกับลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดกลาง และลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดกลางมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันกับลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-5 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านการออกแบบ ติดตั้ง โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า

ประเภทธุรกิจของลูกค้า	ธุรกิจขนาดเล็ก	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดใหญ่
ธุรกิจขนาดเล็ก	-	.44*	.05
ธุรกิจขนาดกลาง	-	-	.50
ธุรกิจขนาดใหญ่	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-5 การให้บริการของผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในด้านการออกแบบ ติดตั้ง พบว่า ลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดเล็ก มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันกับลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-6 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านไอที โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า

ประเภทธุรกิจของลูกค้า	ธุรกิจขนาดเล็ก	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดใหญ่
ธุรกิจขนาดเล็ก	-	.19*	.30*
ธุรกิจขนาดกลาง	-	-	.11*
ธุรกิจขนาดใหญ่	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-6 การให้บริการของผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในด้านไอที พบว่า ลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดใหญ่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-7 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านการฝึกอบรม โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า

ประเภทธุรกิจของลูกค้า	ธุรกิจขนาดเล็ก	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดใหญ่
ธุรกิจขนาดเล็ก	-	.30*	.61*
ธุรกิจขนาดกลาง	-	-	.30*
ธุรกิจขนาดใหญ่	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-7 การให้บริการของผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในด้านการฝึกอบรม พบว่า ลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดใหญ่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-8 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านพนักงาน โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า

ประเภทธุรกิจของลูกค้า	ธุรกิจขนาดเล็ก	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดใหญ่
ธุรกิจขนาดเล็ก	-	.26*	.29*
ธุรกิจขนาดกลาง	-	-	.02
ธุรกิจขนาดใหญ่	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-8 การให้บริการของผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในด้านพนักงาน พบว่า ลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดเล็ก มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันกับลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดกลาง และกับลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-9 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านอาคารสถานที่ โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า

ประเภทธุรกิจของลูกค้า	ธุรกิจขนาดเล็ก	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดใหญ่
ธุรกิจขนาดเล็ก	-	.34*	.40*
ธุรกิจขนาดกลาง	-	-	.02
ธุรกิจขนาดใหญ่	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-9 การให้บริการของผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในด้านอาคารสถานที่ พบว่า ลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดเล็ก มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันกับลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดกลาง และกับลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-10 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านระบบออนไลน์ โดยจำแนกตาม ประเภทธุรกิจของลูกค้า

ประเภทธุรกิจของลูกค้า	ธุรกิจขนาดเล็ก	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดใหญ่
ธุรกิจขนาดเล็ก	-	.35*	.43*
ธุรกิจขนาดกลาง	-	-	.08*
ธุรกิจขนาดใหญ่	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-10 การให้บริการของผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในด้านระบบออนไลน์ พบว่า ลูกค้าที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดใหญ่ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทุกคู่



ตารางที่ 4-11 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	6.833	3	2.278	19.571	.000
	ภายในกลุ่ม	40.265	346	.116		
	รวม	47.097	349			
ด้านการออกแบบ ติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	38.381	3	12.794	108.252	.000
	ภายในกลุ่ม	40.892	346	.118		
	รวม	79.273	349			
ด้านไอที	ระหว่างกลุ่ม	7.259	3	2.420	60.498	.000
	ภายในกลุ่ม	13.838	346	.040		
	รวม	21.097	349			
ด้านการฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	17.948	3	5.983	145.037	.000
	ภายในกลุ่ม	14.273	346	.041		
	รวม	32.221	349			
ด้านการซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	1.194	3	.398	6.676	.000
	ภายในกลุ่ม	20.623	346	.060		
	รวม	21.817	349			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	10.344	3	3.448	81.079	.000
	ภายในกลุ่ม	14.714	346	.043		
	รวม	25.057	349			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	8.879	3	2.960	30.604	.000
	ภายในกลุ่ม	33.461	346	.097		
	รวม	42.339	349			
ด้านระบบออนไลน์	ระหว่างกลุ่ม	5.492	3	1.831	25.394	.000
	ภายในกลุ่ม	24.941	346	.072		
	รวม	30.432	349			

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.539	3	.180	21.759	.000
	ภายในกลุ่ม	2.858	346	.008		
	รวม	3.397	349			

\* $P \leq 0.05$ 

จากตารางที่ 4-11 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ที่มีสภาพคล่องของบริษัทลูกค้าต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-12 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	Net PDC 15 วัน	Net PDC 30 วัน	Net PDC 40 วัน	Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล
Net PDC 15 วัน	-	.14*	.34*	.21*
Net PDC 30 วัน	-	-	.20*	.35*
Net PDC 40 วัน	-	-	-	.55*
Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$ 

จากตารางที่ 4-12 สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า ของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ในด้านการจัดจำหน่ายสินค้า พบว่า ลูกค้าที่มี Net PDC 15 วัน Net PDC 30 วัน Net PDC 40 วัน และ Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทุกคู่

ตารางที่ 4-13 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
จำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านการออกแบบ  
ติดตั้ง โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	Net PDC 15 วัน	Net PDC 30 วัน	Net PDC 40 วัน	Credit ส่งสินค้า พร้อมวางบิล
Net PDC 15 วัน	-	.17*	1.22*	.20*
Net PDC 30 วัน	-	-	1.05*	.03
Net PDC 40 วัน	-	-	-	1.01*
Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-13 สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า ของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ใน  
ด้านการออกแบบ ติดตั้ง พบว่า

ลูกค้าที่มี Net PDC 15 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ  
ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน กับลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน และกับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวาง  
บิล

ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับ  
ลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน

ลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับ  
ลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-14 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ด้านไอที โดยจำแนก  
 ตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	Net PDC 15 วัน	Net PDC 30 วัน	Net PDC 40 วัน	Credit ส่งสินค้า พร้อมวางบิล
Net PDC 15 วัน	-	.25*	.00	.18*
Net PDC 30 วัน	-	-	.25*	.44*
Net PDC 40 วัน	-	-	-	.19*
Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-14 สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า ของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ใน  
 ด้านไอที พบว่า

ลูกค้าที่มี Net PDC 15 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ  
 ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน และกับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับ  
 ลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน และกับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับ  
 ลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-15 แสดงผลการทดสอบแบบเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 จําหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูชิสเต็มส์ จํากัด ด้านการฝึกอบรม  
 โดยจําแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	Net PDC 15 วัน	Net PDC 30 วัน	Net PDC 40 วัน	Credit ส่งสินค้า พร้อมวางบิล
Net PDC 15 วัน	-	.44*	.22*	.05
Net PDC 30 วัน	-	-	.66*	.49*
Net PDC 40 วัน	-	-	-	.17*
Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล	-	-	-\	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-15 สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า ของบริษัท เคอะแวลลูชิสเต็มส์ จํากัด ใน  
 ด้านการฝึกอบรม พบว่า

ลูกค้าที่มี Net PDC 15 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ  
 ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน และกับลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน

ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับ  
 ลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน และกับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับ  
 ลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-16 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านการซ่อมบำรุงรักษา  
 โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	Net PDC 15 วัน	Net PDC 30 วัน	Net PDC 40 วัน	Credit ส่งสินค้า พร้อมวางบิล
Net PDC 15 วัน	-	.13*	.03	.02
Net PDC 30 วัน	-	-	.10*	.10*
Net PDC 40 วัน	-	-	-	.00
Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล	-	-	-	-

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 4-16 สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า ของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด ใน  
 ด้านการซ่อมบำรุงรักษา พบว่า

ลูกค้าที่มี Net PDC 15 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ  
 ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน

ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับ  
 ลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน และกับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-17 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านพนักงาน โดยจำแนก  
 ตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	Net PDC 15 วัน	Net PDC 30 วัน	Net PDC 40 วัน	Credit ส่งสินค้า พร้อมวางบิล
Net PDC 15 วัน	-	.34*	.16*	.22*
Net PDC 30 วัน	-	-	.50*	.11*
Net PDC 40 วัน	-	-	-	.38*
Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล	-	-	-	-

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 4-17 สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า ของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในด้านพนักงาน พบว่า ลูกค้าที่มี Net PDC 15 วัน Net PDC 30 วัน Net PDC 40 วัน และ Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทุกคู่

ตารางที่ 4-18 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านอาคารสถานที่โดยจำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	Net PDC 15 วัน	Net PDC 30 วัน	Net PDC 40 วัน	Credit ส่งสินค้า พร้อมวางบิล
Net PDC 15 วัน	-	.03	.40*	.29*
Net PDC 30 วัน	-	-	.44*	.26*
Net PDC 40 วัน	-	-	-	.70*
Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-18 สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า ของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในด้านอาคารสถานที่ พบว่า

ลูกค้าที่มี Net PDC 15 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน และกับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน และกับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านระบบออนไลน์ โดย  
 จำแนกตาม สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า	Net PDC 15 วัน	Net PDC 30 วัน	Net PDC 40 วัน	Credit ส่งสินค้า พร้อมวางบิล
Net PDC 15 วัน	-	.13*	.16*	.26*
Net PDC 30 วัน	-	-	.29*	.39*
Net PDC 40 วัน	-	-	-	.09
Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-19 สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า ของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ใน  
 ด้านระบบออนไลน์ พบว่า

ลูกค้าที่มี Net PDC 15 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ  
 ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน กับลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน และกับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวาง  
 บิล

ลูกค้าที่มี Net PDC 30 วัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับ  
 ลูกค้าที่มี Net PDC 40 วัน และกับลูกค้าที่มี Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน



ตารางที่ 4-20 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะเวลลูจิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	9.949	3	3.316	30.890	.000
	ภายในกลุ่ม	37.148	346	.107		
	รวม	47.097	349			
ด้านการออกแบบ ติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	47.101	3	15.700	168.849	.000
	ภายในกลุ่ม	32.172	346	.093		
	รวม	79.273	349			
ด้านไอที	ระหว่างกลุ่ม	3.967	3	1.322	26.708	.000
	ภายในกลุ่ม	17.130	346	.050		
	รวม	21.097	349			
ด้านการฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	12.862	3	4.287	76.622	.000
	ภายในกลุ่ม	19.359	346	.056		
	รวม	32.221	349			
ด้านการซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2.398	3	.799	14.242	.000
	ภายในกลุ่ม	19.419	346	.056		
	รวม	21.817	349			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	6.822	3	2.274	43.149	.000
	ภายในกลุ่ม	18.235	346	.053		
	รวม	25.057	349			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	13.737	3	4.579	55.394	.000
	ภายในกลุ่ม	28.602	346	.083		
	รวม	42.339	349			

ตารางที่ 4-20 (ต่อ)

ด้านระบบออนไลน์	ระหว่างกลุ่ม	9.100	3	3.033	49.200	.000
	ภายในกลุ่ม	21.332	346	.062		
	รวม	30.432	349			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.378	3	.126	14.450	.000
	ภายในกลุ่ม	3.019	346	.009		
	รวม	3.397	349			

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 4-20 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ที่มีงบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

งบประมาณในการสั่งซื้อ สินค้าต่อเดือน	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000- 200,000 บาท	200,001- 300,000 บาท	500,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 100,000 บาท	-	.29*	.42*	.07
100,000-200,000 บาท	-	-	12*	37*
200,001-300,000 บาท	-	-	-	.50*
500,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 4-21 งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ของลูกค้าของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า พบว่า

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ งบประมาณ 100, 000-200,000 บาท และ งบประมาณ 200, 001-300,000 บาท

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 100,000-200,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับงบประมาณ 200, 001-300,000 บาท และ 500, 001 บาท ขึ้นไป

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 200,001-300,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับงบประมาณ 500, 001 บาท ขึ้นไป

ตารางที่ 4-22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการออกแบบ ติดตั้ง โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

งบประมาณในการสั่งซื้อ สินค้าต่อเดือน	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000- 200,000 บาท	200,001- 300,000 บาท	500,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 100,000 บาท	-	.31*	.57*	.85*
100,000-200,000 บาท	-	-	.25*	1.17*
200,001-300,000 บาท	-	-	-	1.42*
500,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-22 งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ของลูกค้าของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านการออกแบบ ติดตั้ง พบว่า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ต่ำกว่า 100,000 บาท 100,000-200,000 บาท 200,001-300,000 บาท และ 500,001 บาท ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-23 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์รายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
จำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านไอที โดยจำแนกตาม  
งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

งบประมาณในการสั่งซื้อ สินค้าต่อเดือน	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000- 200,000 บาท	200,001- 300,000 บาท	500,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 100,000 บาท	-	.25*	.11*	.22*
100,000-200,000 บาท	-	-	.14*	.30
200,001-300,000 บาท	-	-	-	.10*
500,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-23 งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ของลูกค้าของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านไอที พบว่า

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ งบประมาณ 100,000-200,000 บาท งบประมาณ 200,001-300,000 บาท และ งบประมาณ 500,001 บาท ขึ้นไป

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 100,000-200,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับงบประมาณ 200,001-300,000 บาท

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 200,001-300,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับงบประมาณ 500,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ ด้านการฝึกอบรม โดย  
 จำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

งบประมาณในการสั่งซื้อ สินค้าต่อเดือน	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000- 200,000 บาท	200,001- 300,000 บาท	500,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 100,000 บาท	-	.39*	.13*	.61*
100,000-200,000 บาท	-	-	.25*	.22*
200,001-300,000 บาท	-	-	-	.47
500,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-24 งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ของลูกค้าของบริษัท เดอะแวลู  
 ซิสเต็มส์ จำกัด ด้านการฝึกอบรม พบว่า

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่าง  
 กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ งบประมาณ 100, 000-200,000 บาท งบประมาณ 200, 001-300,000  
 บาทและ งบประมาณ 500,001 บาท ขึ้นไป

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 100,000-200,000 บาทมีระดับความพึงพอใจ  
 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับงบประมาณ 200, 001-300,000 บาท

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-25 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ ด้านการซ่อมบำรุงรักษา  
 โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

งบประมาณในการสั่งซื้อ สินค้าต่อเดือน	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000- 200,000 บาท	200,001- 300,000 บาท	500,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 100,000 บาท	-	.09*	.26*	.08
100,000-200,000 บาท	-	-	.17*	.00
200,001-300,000 บาท	-	-	-	.17*
500,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-25 งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ของลูกค้าของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านการซ่อมบำรุงรักษา พบว่า

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ งบประมาณ 100,000-200,000 บาท งบประมาณ 200,001-300,000 บาท และ งบประมาณ 500,001 บาท ขึ้นไป

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 100,000-200,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ งบประมาณ 200,001-300,000 บาท

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 200,001-300,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ งบประมาณ 500,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านพนักงาน โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

งบประมาณในการสั่งซื้อ สินค้าต่อเดือน	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000- 200,000 บาท	200,001- 300,000 บาท	500,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 100,000 บาท	-	.22*	.03	.42*
100,000-200,000 บาท	-	-	.25*	.19*
200,001-300,000 บาท	-	-	-	.45*
500,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-26 งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ของลูกค้าของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านพนักงาน พบว่า

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ งบประมาณ 100,000-200,000 บาท และ งบประมาณ 500,001 บาท ขึ้นไป

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 100,000-200,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ งบประมาณ 200,001-300,000 บาท และ 500,001 บาท ขึ้นไป

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 200,001-300,000 บาทมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับงบประมาณ500, 001 บาท ขึ้นไป

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-27 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะเวลลูซิสเต็มส์ ด้านอาคารสถานที่ โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

งบประมาณในการสั่งซื้อ สินค้าต่อเดือน	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000- 200,000 บาท	200,001- 300,000 บาท	500,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 100,000 บาท	-	.25*	.47*	.69*
100,000-200,000 บาท	-	-	.22*	.43*
200,001-300,000 บาท	-	-	-	.21*
500,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 4-27 งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ของลูกค้าของบริษัท เคอะเวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านอาคารสถานที่ พบว่า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ต่ำกว่า 100,000 บาท 100,000-200,000 บาท 200,001-300,000 บาท และ 500,001 บาท ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-28 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะเวลลูซิสเต็มส์ ด้านระบบออนไลน์ โดยจำแนกตาม งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

งบประมาณในการสั่งซื้อ สินค้าต่อเดือน	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000- 200,000 บาท	200,001- 300,000 บาท	500,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 100,000 บาท	-	.26*	.48*	.41*
100,000-200,000 บาท	-	-	.22*	.15*
200,001-300,000 บาท	-	-	-	.07
500,001 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 4-28 งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน ของลูกค้าของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านระบบออนไลน์ พบว่า

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ งบประมาณ 100, 000-200,000 บาท งบประมาณ 200,001-300,000 บาท และ งบประมาณ 500,001 บาท ขึ้นไป

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน 100,000-200,000 บาทมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับงบประมาณ 200, 001-300,000 บาทและ 500, 001 บาท ขึ้นไป

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-29 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยจำแนกตาม ลูกค้าเลือกใช้บริการประเภทใดของบริษัท

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.017	2	1.008	7.763	.001
	ภายในกลุ่ม	45.080	347	.130		
	รวม	47.097	349			
ด้านการออกแบบ ติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4.393	2	2.197	10.179	.000
	ภายในกลุ่ม	74.880	347	.216		
	รวม	79.273	349			
ด้านไอที	ระหว่างกลุ่ม	6.529	2	3.264	77.756	.000
	ภายในกลุ่ม	14.568	347	.042		
	รวม	21.097	349			
ด้านการฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	3.876	2	1.938	23.727	.000
	ภายในกลุ่ม	28.345	347	.082		
	รวม	32.221	349			



ตารางที่ 4-29 (ต่อ)

ด้านการซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2.928	2	1.464	26.894	.000
	ภายในกลุ่ม	18.889	347	.054		
	รวม	21.817	349			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.577	2	1.789	28.894	.000
	ภายในกลุ่ม	21.480	347	.062		
	รวม	25.057	349			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3.507	2	1.753	15.667	.000
	ภายในกลุ่ม	38.833	347	.112		
	รวม	42.339	349			
ด้านระบบออนไลน์	ระหว่างกลุ่ม	2.349	2	1.174	14.510	.000
	ภายในกลุ่ม	28.084	347	.081		
	รวม	30.432	349			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.036	2	.018	1.857	.158
	ภายในกลุ่ม	3.361	347	.010		
	รวม	3.397	349			

\* $P \leq 0.05$ 

จากตารางที่ 4-29 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ที่มีลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัทต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-30 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า  
 โดยจำแนกตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท

การเลือกใช้บริการของบริษัท	สั่งซื้อสินค้า	การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	บริการด้านไอที
สั่งซื้อสินค้า	-	.18*	.01
การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	-	-	.20*
บริการด้านไอที	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-30 การเลือกใช้บริการของบริษัท ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ  
 ผู้แทนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า  
 พบว่า การสั่งซื้อสินค้ามีความแตกต่างกับการออกแบบติดตั้งและอิมพลิเมนต์ และบริการด้านไอที มี  
 ระดับความพึงพอใจแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-31 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการออกแบบ ติดตั้ง  
 โดยจำแนกตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท

การเลือกใช้บริการของบริษัท	สั่งซื้อสินค้า	การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	บริการด้านไอที
สั่งซื้อสินค้า	-	.16*	.13*
การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	-	-	.30*
บริการด้านไอที	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-31 การเลือกใช้บริการของบริษัท ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ  
 ผู้แทนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านการออกแบบ ติดตั้ง พบว่า  
 การสั่งซื้อสินค้ามีความแตกต่างกับการออกแบบติดตั้งและอิมพลิเมนต์ และบริการด้านไอที มีระดับ  
 ความพึงพอใจแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-32 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านไอที โดยจำแนกตาม  
 การเลือกใช้บริการของบริษัท

การเลือกใช้บริการของบริษัท	สั่งซื้อสินค้า	การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	บริการด้านไอที
สั่งซื้อสินค้า	-	.15*	.19*
การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	-	-	.35*
บริการด้านไอที	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-32 การเลือกใช้บริการของบริษัท ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ  
 ผู้แทนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ด้านไอที พบว่า การสั่งซื้อสิน  
 ค้ามีความแตกต่างกับการออกแบบติดตั้งและอิมพลิเมนต์ และบริการด้านไอที มีระดับความพึง  
 พอใจแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-33 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนเจ้าหน้าที่  
 ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการฝึกอบรม โดยจำแนกตาม  
 การเลือกใช้บริการของบริษัท

การเลือกใช้บริการของบริษัท	สั่งซื้อสินค้า	การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	บริการด้านไอที
สั่งซื้อสินค้า	-	.02	.22*
การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	-	-	.19*
บริการด้านไอที	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-33 การเลือกใช้บริการของบริษัท ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ  
 ผู้แทนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการฝึกอบรม พบว่า การสั่งซื้อ  
 สินค้ามีความแตกต่างกับการออกแบบติดตั้งและอิมพลิเมนต์ และบริการด้านไอที มีระดับความพึง  
 พอใจแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-34 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการซ่อมบำรุงรักษา  
 โดยจำแนกตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท

การเลือกใช้บริการของบริษัท	สั่งซื้อสินค้า	การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลีเมนต์	บริการด้านไอที
สั่งซื้อสินค้า	-	.26*	.11*
การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลีเมนต์	-	-	.14*
บริการด้านไอที	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-34 การเลือกใช้บริการของบริษัท ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ  
 ผู้แทนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการซ่อมบำรุงรักษา พบว่า การ  
 สั่งซื้อสินค้า การออกแบบติดตั้งและอิมพลีเมนต์ และบริการด้านไอที มีระดับความพึงพอใจแตกต่าง  
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-35 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านพนักงาน โดยจำแนก  
 ตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท

การเลือกใช้บริการของบริษัท	สั่งซื้อสินค้า	การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลีเมนต์	บริการด้านไอที
สั่งซื้อสินค้า	-	.12*	.13*
การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลีเมนต์	-	-	.26*
บริการด้านไอที	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-35 การเลือกใช้บริการของบริษัท ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ  
 ผู้แทนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ด้านการซ่อมบำรุงรักษา พบว่า การ  
 สั่งซื้อสินค้า การออกแบบติดตั้งและอิมพลีเมนต์ และบริการด้านไอที มีระดับความพึงพอใจแตกต่าง  
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-36 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านอาคารสถานที่ โดย  
 จำแนกตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท

การเลือกใช้บริการของบริษัท	สั่งซื้อสินค้า	การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	บริการด้านไอที
สั่งซื้อสินค้า	-	.25*	.00
การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	-	-	.26*
บริการด้านไอที	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-36 การเลือกใช้บริการของบริษัท ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ  
 ผู้แทนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านอาคารสถานที่ พบว่า การสั่งซื้อ  
 สินค้า การออกแบบติดตั้งและอิมพลิเมนต์ และบริการด้านไอที มีระดับความพึงพอใจแตกต่าง อย่าง  
 มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-37 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทน  
 เจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านระบบออนไลน์ โดย  
 จำแนกตาม การเลือกใช้บริการของบริษัท

การเลือกใช้บริการของบริษัท	สั่งซื้อสินค้า	การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	บริการด้านไอที
สั่งซื้อสินค้า	-	.18*	.04
การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลิเมนต์	-	-	.22*
บริการด้านไอที	-	-	-

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4-37 การเลือกใช้บริการของบริษัท ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ  
 ผู้แทนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ ด้านระบบออนไลน์ พบว่า การ  
 สั่งซื้อสินค้า การออกแบบติดตั้งและอิมพลิเมนต์ และบริการด้านไอที มีระดับความพึงพอใจแตกต่าง  
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ในบทนี้กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการวิจัยสมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้นคว้าต่อไป ตามลำดับดังนี้

#### บทย่อ

##### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ตามตัวแปรอิสระ

##### สมมติฐานการวิจัย

ลูกค้าที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด แตกต่างกัน

##### วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่เป็นผู้ใช้บริการบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด สาขาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 นาย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด แบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้า คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยมี 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์

เมื่อผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ได้เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง จำนวน 3 ท่าน แล้วนำไปทดลองใช้กับเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจภูธรปัตตานี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น แล้วได้ค่าความเชื่อมั่น .71 และได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง จำนวน 360 ชุด และได้รับคืน จำนวน 360 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 มีความสมบูรณ์ทั้งหมด จำนวน 355 ชุด คิดเป็นร้อยละ 98.61

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยหาค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะของตัวแปรอิสระ หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามองค์ประกอบที่ศึกษาทั้ง 8 ด้าน คือคือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์ทั้งโดยภาพรวมและรายด้าน และเปรียบเทียบตัวแปรที่ศึกษาตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ด้วยวิธีการทดสอบค่าที (t - test) และค่าเอฟ (F - test)

### สรุปผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการคำนวณหาค่าร้อยละ สรุปได้ดังนี้

จำนวนลูกค้าทั้งหมด 350 รายที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ส่วนมากเป็นธุรกิจขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 62.6 มีสภาพคล่องของบริษัท Net PDC 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 47.7 มีงบประมาณในการสั่งซื้อต่อเดือน 100,000-200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีการเลือกใช้บริการเลือกใช้บริการไอที คิดเป็นร้อยละ 49.4

2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับสูง และด้านรายพบว่า ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านระบบออนไลน์อยู่ในระดับสูง และด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการเปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท

กับตัวแปรตาม ทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์

3.1 ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ที่มีสภาพคล่องของบริษัท ลูกค้าต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ที่มีงบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ที่ลูกค้าเลือกใช้บริการประเภทใดของบริษัทต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท กับตัวแปรตาม ทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์ มีประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปรายดังนี้

ผลการศึกษาในระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด มีระดับความพึงพอใจ โดยภาพรวม อยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด มีระดับความพึงพอใจต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการ อยู่ในระดับสูง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านระบบออนไลน์



ด้านอาคารสถานที่ และมีระดับความพึงพอใจต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่

ผลจากการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระศักดิ์ ศิริกุล (2534: 52) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกร ลูกค้านาคาร์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ส.) ที่มีต่อการดำเนินงานสินเชื่อในรูปแบบวัสดุ อุปกรณ์การเกษตร ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรลูกค้า ช.ก.ส. มีความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการสินเชื่อในรูปแบบวัสดุอุปกรณ์การเกษตร ปีวิจัยที่มีผล โดยตรงต่อความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้า ได้แก่ การบริการ การบริการหลังการขาย การได้มาซึ่งวัสดุอุปกรณ์การเกษตรและการเพิ่มผลผลิต และรายได้

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ตามตัวแปรอิสระ คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท กับตัวแปรตาม ทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ ติดตั้ง ด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์พบว่า

ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน ที่มีสภาพคล่องของบริษัทลูกค้าต่างกัน ที่มีงบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนต่างกัน และลูกค้าเลือกใช้บริการประเภทใดของบริษัทต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการ โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุदारัตน์ แสงนันทา (2553:บทคัดย่อ) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านภาพรวมของการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน) อยู่ที่ระดับปานกลางโดยคะแนนเฉลี่ย 3.35 โดยให้ความพึงพอใจในเรื่องของความรวดเร็ว ความสุภาพเป็นมิตร และมีเจ้าหน้าที่อยู่เวรให้บริการช่วงพักกลางวันในระดับความพึงพอใจมาก ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการของ บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน) อยู่ที่ระดับมาก โดยคะแนนเฉลี่ย 3.4 โดยให้ระดับความพึงพอใจในด้านระยะเวลาการให้บริการและขั้นตอนการให้บริการที่เหมาะสมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของบริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน) อยู่ที่ระดับมาก โดยคะแนนเฉลี่ย 3.51 โดยให้เรื่องความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่รวมถึงที่จอดรถเพียงพออยู่ในระดับความพึงพอใจมากและยังพบว่าเพศหญิงมากกว่าเพศชายที่ 53 คน คิดเป็นร้อยละ 51 เพศชาย 51 คิดเป็นร้อยละ 49 ตามลำดับ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีปริมาณมากที่สุดอยู่ที่ 25 คนคิดเป็นร้อยละ 24.04 ระดับการศึกษาที่มีปริมาณสูงสุดคือระดับปริญญาตรี มี 45

ที่สูญอยู่ที่ 25 คนคิดเป็นร้อยละ 24.04 ระดับการศึกษาที่มีปริมาณสูงสุดคือระดับปริญญาตรี มี 45 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ระดับตำแหน่งพบว่าระดับปฏิบัติการมีปริมาณสูงสุดที่ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 33

สำหรับข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุง และพัฒนาสำหรับบริษัท บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส เซส จำกัด (มหาชน) ในด้านพนักงานที่ให้บริการ ควรมีการสร้างความรู้พร้อมในการปฏิบัติงานในด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าเป็นคนที่สำคัญเสมอ ด้านสถานที่ควรมีบริเวณที่จอดรถให้เพียงพอสำหรับลูกค้า ด้านคุณภาพการให้บริการควรปรับปรุงด้านความรวดเร็วในการให้บริการ โดยจัดสรรพนักงานให้บริการให้เพียงพอในช่วงเวลาเร่งด่วน เช่น ช่วงที่มีการรับเช็คประจำเดือน

การที่ผลการวิจัยเป็นดังนี้ เป็นเพราะว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่ามานาน ซึ่งมีการติดต่อประสานกันอย่างต่อเนื่อง จึงมีความคล่องตัวและสะดวกในการรับบริการจากผู้แทนจำหน่าย และทางบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด ก็เน้นการให้บริการที่ดี โดยยึดหลักความพึงพอใจของลูกค้าเป็นฐาน ดังนั้นจึงส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของลูกค้า ไม่ส่งผลให้ได้รับการให้บริการแตกต่างกัน และเกิดความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยเป็นดังนี้ น่าจะเป็นประโยชน์กับผู้บริหารบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกระดับ ที่นำข้อมูลรายงานการวิจัยไปประกอบการกำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างมีทิศทางที่แน่นอน เพื่อให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อันจะส่งผลให้บริษัทเกิดความเป็นเลิศต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยต่อไป

ในการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัท ควรทำการเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนทุกพื้นที่เพื่อทราบความพึงพอใจและปัญหาที่ทางหน่วยงานอาจจะต้องรีบดำเนินการเพื่อแก้ไขให้ทันท่วงที ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการค้าและการดำเนินงานขององค์กร และควรดำเนินการศึกษาความต้องการที่ลูกค้าให้บริษัทดำเนินการหรือแก้ไข รวมถึงศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อบริษัท เพื่อประโยชน์ และเพื่อการพัฒนาหน่วยงานต่อไป

## บรรณานุกรม

- กรมนโยบายและวิชาการ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2550). ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี ปีงบประมาณ 2550.
- ชนัญญา มหาพรหม. (2537). เปรียบเทียบการพยาบาลตามความคาดหวังและการบริการตามประสบการณ์จริงของผู้รับบริการในห้องผ่าตัดเล็ก โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ : เชียงใหม่ : โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่. อัดสำเนา.
- ชัชรัตน์ รัตนา (2543) ความคิดเห็นของเกษตรกร ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อการบริการสินเชื่อเพื่อการเกษตรของธนาคารพาณิชย์.
- ทรายทอง วรณพิศิษฐ์ และปภาดา กินทะอินทร์. (2546). ความพึงพอใจของนักศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ที่มีต่อการให้บริการของหน่วยทะเบียนและประเมินผลการศึกษา งาน บริการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานพนธ์ ศษ.ม. (บริหารการศึกษา) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ทรวงทิพย์ วงศ์พันธุ์ (2541). คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการในงานผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารโรงพยาบาล บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. 2543. วิจัยวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: พี.เอ็น.การพิมพ์.
- ประเทือง สูงสุวรรณ. (2534). การศึกษาการรับรู้และการคาดหวังของครูต่อสภาพแวดล้อมของโรงเรียนเอกชน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร์ สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย มหิดล.
- พรปวีณ์ ศิริรักษ์. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านฉัตรสุขภาพคลินิก แพทย์แผนไทยและสปา อำเภอหัวหิน. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539) . คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ : บริษัทประชาชน.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- สมิต สัชฌุกร. (2542). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ:วิญญูชน.
- สุนนา อยู่โพธิ์. (2532). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุดารัตน์ แสงนันทา. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของบริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.

อาจรีย์ พุทธาพร. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการส นักงานบัญชีขนาดว. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบ

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด

2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ตอน

ตอนที่ 1 สอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้า คือ ประเภทธุรกิจของลูกค้า สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน และลูกค้าเลือกใช้บริการใดของบริษัท

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์ จำกัด โดยมี 8 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านการออกแบบ คิดตั้งด้านไอที ด้านการฝึกอบรม ด้านการซ่อมบำรุงรักษา ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านระบบออนไลน์

3. กรุณาตอบแบบสอบถาม ตามความเป็นจริงและตอบครบทุกข้อ

4. คำตอบของท่านมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อประโยชน์ต่อผู้บริหารบริษัท เดอะแวลลูชิสเต็มส์

ขอขอบคุณ

นางสาววิจิตรา เงินสีเหม

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขา การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะกรรมการและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านเพียงช่องใดช่องหนึ่ง

ประเภทธุรกิจของลูกค้า

ธุรกิจขนาดเล็ก

ธุรกิจขนาดกลาง

ธุรกิจขนาดใหญ่

สภาพคล่องของบริษัทลูกค้า

Net PDC 30 วัน

Net PDC 15 วัน

Net PDC 40 วัน

Credit ส่งสินค้าพร้อมวางบิล

งบประมาณในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือน

ต่ำกว่า 100,000 บาท

100,000-200,000 บาท

200,001-300,000 บาท

300,001-400,000 บาท

400,001-500,000 บาท

500,001 บาท ขึ้นไป

ลูกค้าเลือกใช้บริการประเภทใดของบริษัท

สั่งซื้อสินค้า

การออกแบบ ติดตั้ง และอิมพลีเมนต์

บริการด้านไอที



ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท  
เดอะแวลลูชิสเทมส์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความของคำถามแต่ละข้อ ให้ให้ท่านตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่านว่ามี  
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูชิสเทมส์ ในแต่ละด้านว่า  
อยู่ในระดับใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความพึงพอใจที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่อง  
ใดช่องหนึ่ง

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า</b>					
1. ท่านมีความพึงพอใจในรูปแบบของสินค้าที่มีความหลากหลายของบริษัท เดอะแวลลูชิสเทมส์					
2. ท่านมีความพึงพอใจในระบบการดำเนินการจัดจำหน่ายที่ชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูชิสเทมส์					
<b>ด้านการออกแบบ ติดตั้ง</b>					
3. ท่านมีความพึงพอใจในการวางแผนและออกแบบการติดตั้งอย่างเป็นระบบและชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูชิสเทมส์					
4. ท่านมีความพึงพอใจในเครื่องมือ อุปกรณ์ในการติดตั้งครบถ้วนของบริษัท เดอะแวลลูชิสเทมส์					
5. ท่านมีความพึงพอใจในระบบรักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท เดอะแวลลูชิสเทมส์					
6. ท่านมีความพึงพอใจในลักษณะการออกแบบการติดตั้งที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าท่าน ของบริษัท เดอะแวลลูชิสเทมส์					

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านไอที</b>					
7. ท่านมีความพึงพอใจในการออกแบบระบบโครงสร้างด้านไอทีที่มีความชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์					
8. ท่านมีความพึงพอใจในระบบรักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์					
9. ท่านมีความพึงพอใจในระบบการให้บริการเว็บไซต์ที่ใช้งานง่ายและสะดวกของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์					
10. ท่านมีความพึงพอใจในการให้ความรู้แก่ลูกค้าในเรื่องของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์					
<b>ด้านการฝึกอบรม</b>					
11. ท่านมีความพึงพอใจในการให้ความรู้แก่ลูกค้าในเรื่องของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์					
12. ท่านมีความพึงพอใจในระบบการจัดการฝึกอบรมให้ลูกค้า เพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์					
13. ท่านมีความพึงพอใจในผู้ให้ความรู้และแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีความรู้ความสามารถของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์					
<b>ด้านการซ่อมบำรุงรักษา</b>					
14. ท่านมีความพึงพอใจในความรวดเร็วในการจัดการซ่อมสินค้าของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์					
15. ท่านมีความพึงพอใจในอุปกรณ์และอะไหล่ในการซ่อมบำรุงที่ครบถ้วนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์					

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
16. ท่านมีความพึงพอใจในระบบในการจัดซื้อบำรุง ที่ชัดเจนทำให้อุปกรณ์ต่าง ๆ มีระยะเวลาการใช้งานที่ ยาวนานของบริษัทเดอะเวลลูซิสเต็มส์					
17. ท่านมีความพึงพอใจในขั้นตอนการให้บริการที่มี ความถูกต้องครบถ้วนของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์					
<b>ด้านพนักงาน</b>					
18. ท่านมีความพึงพอใจในพนักงานที่มีความรวดเร็ว ในการให้บริการของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์					
19. ท่านมีความพึงพอใจที่ถูกค่าได้รับการช่วยเหลือ แก้ไขทันทีที่ถูกค่ามีปัญหาจากพนักงานของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์					
20. ท่านมีความพึงพอใจใน การบริการของพนักงาน ต้อนรับของบริษัทเดอะเวลลูซิสเต็มส์					
21. ท่านมีความพึงพอใจใน พนักงานของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์มีความรู้ความเข้าใจในการให้ ข้อมูลแก่ท่าน					
22. ท่านมีความพึงพอใจในพนักงานของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์ที่เอาใจใส่และกระตือรือร้น ใน การให้บริการถูกค่า					
23. ท่านมีความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่มาก เพียงพอของบริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์					
<b>ด้านอาคารสถานที่</b>					
24. ท่านมีความพึงพอใจในความกว้างขวางของ สถานที่ให้บริการ					
25. ท่านมีความพึงพอใจในการจัดพื้นที่ทำการของ บริษัท เดอะเวลลูซิสเต็มส์ ที่สะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อย					

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
26. ท่านมีความพึงพอใจในป้ายบอกตำแหน่งคิวและ แนะนำการให้บริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน					
27. ท่านมีความพึงพอใจในที่จอดรถสำหรับลูกค้าอย่าง เพียงพอของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์					
<b>ด้านระบบออนไลน์</b>					
28. ท่านมีความพึงพอใจในความครบถ้วนในการ ให้บริการผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท เคอะแวลลู ซิสเต็มส์					
29. ระบบออนไลน์ของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ สามารถเลือกใช้งานได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว					
30. การติดต่อ สื่อสารผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ มีความสะดวกและรวดเร็ว					
31. ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ ได้อย่างครบถ้วนทุกประเด็น					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ภาคผนวก ข.

แบบสรุปความสอดคล้องของประเด็นคำถาม

## แบบตรวจสอบความสอดคล้องของประเด็นคำถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์จำกัด

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาประเด็นคำถามในแบบสอบถามฉบับนี้เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ดังนี้

- +1 เมื่อท่านมีความคิดเห็นสอดคล้อง
- 0 เมื่อท่านมีความคิดเห็นไม่แน่ใจ
- 1 เมื่อท่านมีความคิดเห็นไม่สอดคล้อง

ประเด็นคำถาม		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
<b>ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า</b>					
1	ท่านมีความพึงพอใจในรูปแบบของสินค้าที่มีความหลากหลายของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์				
2	ท่านมีความพึงพอใจในระบบการดำเนินการจัดจำหน่ายที่ชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์				
3	ท่านมีความพึงพอใจในขั้นตอนในการจำหน่ายสินค้ามีความเข้าใจง่ายของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์				
<b>ด้านการออกแบบ ติดตั้ง</b>					
4	ท่านมีความพึงพอใจในการวางแผนและออกแบบการติดตั้งอย่างเป็นระบบและชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์				
5	ท่านมีความพึงพอใจในเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ในการติดตั้งครบถ้วนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์				
6	ท่านมีความพึงพอใจในระบบรักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์				
7	ท่านมีความพึงพอใจในลักษณะการออกแบบการติดตั้งตรงตามความต้องการของลูกค้าของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์				

ประเด็นคำถาม		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
<b>ด้านไอที</b>					
8	ท่านมีความพึงพอใจในกำรออกแบบระบบ โครงสร้าง ด้านไอทีที่มีความชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิส เทมส์				
9	ท่านมีความพึงพอใจในระบบรักษาความปลอดภัยที่มี ความน่าเชื่อถือของบริษัท เดอะแวลลูซิสเทมส์				
10	ท่านมีความพึงพอใจในระบบการให้บริการได้เว็บไซต์ ใช้งานและสะดวกของบริษัท เดอะแวลลูซิสเทมส์				
<b>ด้านการฝึกอบรม</b>					
11	ท่านมีความพึงพอใจในการตั้งชื่อผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์ ที่ชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเทมส์				
12	ท่านมีความพึงพอใจในการให้ความรู้แก่ลูกค้าในเรื่อง ของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิส เทมส์				
13	ท่านมีความพึงพอใจในระบบการจัดฝึกอบรมให้ลูกค้า เพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆของ บริษัท เดอะแวลลูซิสเทมส์				
14	ท่านมีความพึงพอใจในผู้ให้ความรู้และแนะนำเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์มีความรู้ความสามารถของบริษัท เดอะแวลลู ซิสเทมส์				
<b>ด้านการซ่อมบำรุงรักษา</b>					
15	ท่านมีความพึงพอใจในความรวดเร็วในการจัดซ่อม สินค้าของบริษัท เดอะแวลลูซิสเทมส์				
16	ท่านมีความพึงพอใจในวัสดุอุปกรณ์ในการซ่อมบำรุง ครบถ้วนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเทมส์				
17	ท่านมีความพึงพอใจในระบบในการจัดซ่อมบำรุงที่ ชัดเจนทำให้อุปกรณ์ต่าง ๆ มีระยะเวลาใช้งานที่ยาวนาน ของบริษัทเดอะแวลลูซิสเทมส์				

ประเด็นคำถาม		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
<b>ด้านพนักงาน</b>					
18	ท่านมีความพึงพอใจในขั้นตอนการให้บริการมีความถูกต้องครบถ้วนของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์				
19	ท่านมีความพึงพอใจในพนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์				
20	ลูกค้าได้รับการช่วยเหลือแก้ไขทันทีที่ลูกค้ามีปัญหาจากพนักงานของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์				
21	ท่านมีความพึงพอใจใน พนักงานของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ที่ให้บริการลูกค้าเข้ามาทักทาย พุดจาสุภาพ และกิริยามารยาทอ่อนโยน				
22	ท่านมีความพึงพอใจใน พนักงานของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์มีความรู้ความเข้าใจในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า				
23	ท่านมีความพึงพอใจในพนักงานของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ใจใส่กระตือรือร้น ที่จะให้บริการลูกค้า				
24	ท่านมีความพึงพอใจในความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ				
<b>ด้านอาคารสถานที่</b>					
25	ท่านมีความพึงพอใจในความกว้างของสถานที่ให้บริการ				
26	ท่านมีความพึงพอใจในการจัดพื้นที่ทำการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย				
27	ท่านมีความพึงพอใจในป้ายบอกตำแหน่งคำแนะนำการให้บริการต่าง ๆ ชัดเจน				
28	ท่านมีความพึงพอใจในที่จอดรถสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์				
<b>ด้านระบบออนไลน์</b>					
29	ท่านมีความพึงพอใจในความครบถ้วนในการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์				



ประเด็นคำถาม		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
30	สามารถเลือกใช้งานได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วของ บริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์				
31	การติดต่อ สื่อสารผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ มีความสะดวกและรวดเร็ว				
32	ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ ได้อย่างชัดเจน				

ชื่อ ..... สกุล .....

สถานที่ทำงาน ..... ตำแหน่ง .....

ลงชื่อ .....

(.....)

ผู้พิจารณาข้อคำถาม

## แบบสรุปค่าดัชนีความสอดคล้องประเด็นคำถาม

**เรื่อง** ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด

**คำชี้แจง** ผลการพิจารณาข้อคำถามสำหรับการวิจัยแต่ละข้อว่ามีความเหมาะสม สอดคล้องกับ ประเด็นคำถามหรือไม่ โดยใช้ค่าการพิจารณา

- +1 เมื่อท่านแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดได้ตรงประเด็น
- 0 เมื่อท่านไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดได้ตรงประเด็น
- 1 เมื่อท่านแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สามารถวัดได้ตรงประเด็น

**ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ที่พิจารณาค่าความสอดคล้องประเด็นคำถาม คือ**

- ท่านที่ 1 นายนพพร รุ่งเรือง
- ท่านที่ 2 นางอุษามาศ ผจญดี
- ท่านที่ 3 อาจารย์อมรรฤทธิ วัฒนนะ

ประเด็น	ผลประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	IOC	สรุป	
	คนที่	คนที่	คนที่				
	1	2	3				
<b>ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า</b>							
1	ท่านมีความพึงพอใจในรูปแบบของสินค้าที่มีความหลากหลายของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2	ท่านมีความพึงพอใจในระบบการดำเนินการจัดจำหน่ายที่ชัดเจนของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3	ท่านมีความพึงพอใจในขั้นตอนในการจำหน่ายสินค้ามีความเข้าใจง่ายของบริษัท เคอะแวลลูซิสเต็มส์	0	0	0	0	0	ใช้ไม่ได้

ประเด็น	ผลประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ			$\Sigma R$	IOC	สรุป	
	คนที่	คนที่	คนที่				
	1	2	3				
<b>ด้านการออกแบบ ติดตั้ง</b>							
4	ท่านมีความพึงพอใจในการวางแผนและออกแบบการติดตั้งอย่างเป็นระบบและชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5	ท่านมีความพึงพอใจในเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ ในการติดตั้งครบถ้วนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6	ท่านมีความพึงพอใจในระบบรักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
7	ท่านมีความพึงพอใจในลักษณะการออกแบบ การติดตั้งตรงตามความต้องการของลูกค้าของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>ด้านไอที</b>							
8	ท่านมีความพึงพอใจในการออกแบบระบบ โครงสร้างด้านไอทีที่มีความชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
9	ท่านมีความพึงพอใจในระบบรักษาความปลอดภัยที่มีความน่าเชื่อถือของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
10	ท่านมีความพึงพอใจในระบบการให้บริการได้ เว็บไซต์ ใช้งานและสะดวกของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ประเด็น	ผลประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ				$\sum R$	IOC	สรุป
		คนที่	คนที่	คนที่			
		1	2	3			
<b>ด้านการฝึกอบรม</b>							
11	ท่านมีความพึงพอใจในการสั่งซื้อผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่ชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
12	ท่านมีความพึงพอใจในการให้ความรู้แก่ลูกค้าในเรื่องของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
13	ท่านมีความพึงพอใจในระบบการจัดฝึกอบรมให้ลูกค้า เพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
14	ท่านมีความพึงพอใจในผู้ให้ความรู้และแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีความรู้ความสามารถของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>ด้านการซ่อมบำรุงรักษา</b>							
15	ท่านมีความพึงพอใจในความรวดเร็วในการจัดซ่อมสินค้าของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
16	ท่านมีความพึงพอใจในวัตถุประสงค์ในการซ่อมบำรุงครบถ้วนของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
17	ท่านมีความพึงพอใจในระบบในการจัดซ่อมบำรุงที่ชัดเจนทำให้อุปกรณ์ต่าง ๆ มีระยะเวลาใช้งานที่ยาวนานของบริษัทเดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ประเด็น	ผลประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ				$\Sigma R$	IOC	สรุป
		คนที่	คนที่	คนที่			
		1	2	3			
<b>ด้านพนักงาน</b>							
18	ท่านมีความพึงพอใจในขั้นตอนการให้บริการ มีความถูกต้องครบถ้วนของบริษัท เดอะแวลู ซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
19	ท่านมีความพึงพอใจในพนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการของบริษัท เดอะแวลู ซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
20	ลูกค้าได้รับการช่วยเหลือแก้ไขทันทีที่ลูกค้ามี ปัญหาจากพนักงานของบริษัท เดอะแวลูซิส เตมส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
21	ท่านมีความพึงพอใจใน พนักงานของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ที่ให้บริการลูกค้าเข้ามา ทักทาย พูดยาสุขภาพและกิริยามารยาทอ่อน โขน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
22	ท่านมีความพึงพอใจใน พนักงานของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์มีความรู้ความเข้าใจในการ ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
23	ท่านมีความพึงพอใจในพนักงานของบริษัท เดอะแวลูซิสเต็มส์ใจใส่กระตือรือร้น ที่จะ ให้บริการลูกค้า	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
24	ท่านมีความพึงพอใจในความเพียงพอของ พนักงานที่ให้บริการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>ด้านอาคารสถานที่</b>							
25	ท่านมีความพึงพอใจในความกว้างของสถานที่ ให้บริการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ประเด็น	ผลประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ				$\Sigma R$	IOC	สรุป
		คนที่	คนที่	คนที่			
		1	2	3			
26	ท่านมีความพึงพอใจในการจัดพื้นที่ทำการของ บริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ สะอาดและเป็น ระเบียบเรียบร้อย	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
27	ท่านมีความพึงพอใจในป้ายบอกตำแหน่ง คำแนะนำการให้บริการต่าง ๆ ชัดเจน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
28	ท่านมีความพึงพอใจในทีจ้อครดสำหรับลูกค้า อย่างเพียงพอของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>ด้านระบบออนไลน์</b>							
29	ท่านมีความพึงพอใจในความครบถ้วนในการ ให้บริการผ่านระบบออนไลน์ของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
30	สามารถเลือกใช้งานได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ของบริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
31	การติดต่อ สื่อสารผ่านระบบออนไลน์ของ บริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ มีความสะดวกและ รวดเร็ว	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
32	ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ของ บริษัท เดอะแวลลูซิสเต็มส์ ได้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้