

การศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

วรวัชร ประเสริฐศรี¹ ดร.นารีนี แสงสุข²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการจัดการของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกับการให้บริการลูกค้า ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงานและอายุงาน กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 70 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว F-test (One -Way ANOVA) และการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ LSD แล้วนำเสนอผลการศึกษาด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

(1) ผลการศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะงาน ด้านความรวดเร็วการปฏิบัติงาน ด้านความถูกต้องของการปฏิบัติงาน ด้านความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านความมีมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความสำเร็จตรงเวลา ในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง (2) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกับการให้บริการลูกค้า ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานที่มีเพศและอายุงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในศูนย์บริการลูกค้า โดยรวม ไม่แตกต่างกัน พนักงานที่มีอายุ การศึกษา และตำแหน่งงาน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในศูนย์บริการลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

¹ นักศึกษาโครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (Visionary Leaders) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

² อาจารย์ที่ปรึกษาคณบดีวชิระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทนำ

วิถีชีวิตของคนในยุคดิจิทัลปัจจุบันเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารหลายรูปแบบ ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ผ่านการศึกษาเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ของแต่ละคนในช่วงระยะเวลาหนึ่ง พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของคนยุคใหม่นอกจากการเลือกใช้บริการที่เหมาะสมกับความเป็นตัวคนแล้วยังนิยมทำ กิจกรรมต่างๆ ผ่านเครื่องมือ (Devices) ที่สัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ต

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคม และเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตชั้นนำ ของประเทศ ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้ามาเป็นอันดับแรก และเล็งเห็นถึงพฤติกรรมลูกค้าในยุคดิจิทัล จึงได้ออกแบบกระบวนการที่รองรับสร้างประสบการณ์ ที่ดีของลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าได้ โดยพฤติกรรมทางเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้าต่างจากเดิมที่องค์กรจะเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way communication) ปัจจุบันการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้า นั้น จะใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมามีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้ให้บริการ เริ่มจากการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่างๆด้วยประสบการณ์ทางตรงบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) [ออนไลน์].

การบริหารจัดการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ล้วนส่งผลกระทบต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กร อันเป็นผลมาจาก บุคลากรของบริษัท มีความรู้สึกรัก และเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ทำให้บุคคลมีขวัญกำลังใจ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงานและเป็นเป้าหมายของบริษัท โดยเฉพาะบุคคลในบริษัท มีบทบาทสำคัญ ดังนั้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้ปรับปรุงพัฒนาการจัดการการให้บริการ ผู้วิจัยจึงได้ เสนอ การศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และเพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- (1) เพื่อศึกษาการจัดการของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน)
- (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกับการให้บริการลูกค้า ของ บริษัท

ทีโอที จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการลูกค้าที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้ คือพนักงานที่อยู่ในศูนย์บริการลูกค้าบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำนวน 70 คน โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือแบบสอบถามการศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลด้านปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามลงในระบบออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อทำการประมวลผลและวิเคราะห์หาค่าต่างๆ ดังนี้

1. จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล ต่อการศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
2. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นโดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ การเรียนรู้และการพัฒนา ความสามารถในการสื่อสารความพึงพอใจของลูกค้าการให้บริการลูกค้าด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการการให้บริการลูกค้าด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการการให้บริการลูกค้าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีต่อการศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
3. แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นการศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เพศต่างกัน
4. แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

การจัดการด้านการให้บริการลูกค้า	\bar{X}	S.D	ระดับ	ลำดับ
1. การเรียนรู้และการพัฒนา	3.59	.67	มาก	4
2. ความสามารถในการสื่อสาร	3.62	.70	มาก	3
3. ความพึงพอใจของลูกค้า	3.74	.78	มาก	2
4. การให้บริการลูกค้าด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.44	.76	มาก	1

ตาราง 1(ต่อ)

ค่าเฉลี่ย (\bar{X})และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)

การจัดการด้านการให้บริการลูกค้า	\bar{X}	S.D	ระดับ	ลำดับ
5.การให้บริการลูกค้าด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ	3.02	.63	มาก	6
6.การให้บริการลูกค้าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.44	.79	มาก	5
รวม	3.64	0.72	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า การศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า การให้บริการลูกค้าด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีผลต่อการให้บริการลูกค้ามากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) รองลงมาคือ ความพึงพอใจของลูกค้า ($\bar{X} = 3.74$) และความสามารถในการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

ตาราง 2

เปรียบเทียบข้อมูลการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ

t-test for Equality of Means					
การให้บริการลูกค้า	N	Mean	S.D.	t	Sig
ชาย	26	4.17	0.73	2.158	0.034
หญิง	44	3.87	0.44	1.910	0.064

จากตารางที่ 2 พบว่า พนักงานในศูนย์บริการ ที่มีเพศที่ต่างกัน มีการให้บริการลูกค้า ของเพศชาย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 3

ตาราง ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอาชีพและตำแหน่งงาน

รายการ		df	SS	MS	F	Sig
1.การเรียนรู้และการพัฒนา	ระหว่างกลุ่ม	2.15	3	.35	1.84	.10
	ภายในกลุ่ม	12.24	63	.19		
	รวม	14.39	69			
2.ความสามารถในการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	3.81	3.92	.00*		
	ภายในกลุ่ม	13.10	63	.21		
	รวม	17.99	69			
3.ความพึงพอใจของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	5.30	3	.88	3.92	.01*
	ภายในกลุ่ม	19.33	63	.30		
	รวม	24.64	69			
4.การให้บริการลูกค้า ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.16	3	1.02	2.88	.03*
	ภายในกลุ่ม	26.00	63	.41		
	รวม	32.16	69			
5.การให้บริการลูกค้า ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.85	3	.80	2.49	.08
	ภายในกลุ่ม	25.80	63	.41		
	รวม	30.66	69			
6.การให้บริการลูกค้าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5.14	3	.85	1.97	.01*
	ภายในกลุ่ม	18.39	63	.29		
	รวม	23.53	69			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	5.74	3	.62	3.15	.01*
	ภายในกลุ่ม	12.46	63	.19		
	รวม	16.21	69			

จากตารางที่ 3 แสดงว่า อาชีพและตำแหน่งต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม 6 ด้านและรายด้าน ได้แก่ การเรียนรู้และการพัฒนาและการให้บริการลูกค้า ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้าน ความสามารถในการสื่อสาร ความพึงพอใจของลูกค้าการให้บริการลูกค้า ด้าน

เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและในด้านการให้บริการลูกค้าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผล

1. การเรียนรู้และการพัฒนาต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีต่อการศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน

2. ความสามารถในการสื่อสาร ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีต่อการศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ส่วนข้อรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด บุคลากรในหน่วยงานยึดแนวทางการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบอยู่ในระดับปานกลาง

3. ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ส่วนข้อรายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด มีความสะดวกรวดเร็วทันตามกำหนดเวลาอยู่ในระดับ ปานกลาง

4. การให้บริการลูกค้าด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ที่มีต่อการศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ทุกข้อ

5. การให้บริการลูกค้าด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ที่มีต่อการศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ทุกข้อ

6. การให้บริการลูกค้าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีต่อการศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับ รายละเอียดย่อยรองลงมาคือ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ให้บริการ เช่น ที่นั่งรอรับ อยู่ในระดับ ปานกลาง

การวิจัยเรื่อง การศึกษากิจการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย การเรียนรู้และการพัฒนาความสามารถในการสื่อสาร ความพึงพอใจของลูกค้า การให้บริการลูกค้าด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ การให้บริการลูกค้ากระบวนการขั้นตอนการให้บริการ การให้บริการลูกค้าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การเรียนรู้และการพัฒนา

ผลจากการศึกษาในรายละเอียด หน่วยงานให้การสนับสนุนพนักงานในการพัฒนาตนเอง ถือว่ามีค่าเฉลี่ยที่สูง รองลงมาคือมีความมั่นคงในอาชีพการงาน ดังนั้นการเรียนรู้เพื่อการให้บริการเกิดความประทับใจสำหรับประชาชนผู้มาติดต่อ นั้นมีมากมายหลากหลายวิธี โดยส่วนรวมแล้ว การเรียนรู้เทคนิควิธีต่าง ๆ เน้นที่การจัดระบบที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีที่นำสนับสนุนที่สำคัญ คือ พนักงานผู้ให้บริการต้องมีความรู้ ความสนใจ และความพยายามนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมสอดคล้องกับ พีระชาติ อุปแก้ว (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายบริการ

2. ความสามารถในการสื่อสาร

ผลจากการศึกษา การสื่อสารเป็นพฤติกรรมของคนทุกคน และมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่น ตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องอยู่ ไม่ว่าจะทำอะไร ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น โดยสภาพสังคมในปัจจุบัน การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมมากขึ้น หากคนในสังคมขาดความรู้ความเข้าใจในการสื่อสาร ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมายที่เกิดขึ้นกับบุคคลกับสังคมทุกวันนี้ มีอยู่ไม่น้อยที่เป็นสาเหตุมาจากความล้มเหลวของการสื่อสารนัยนา นพน์อม. (2549) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร : ศึกษาบริษัทสัญชาติเกาหลีแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรเปรียบเทียบระดับตำแหน่งงานกับระดับความถี่บ่อยของการใช้วิธีการสื่อสารภายในองค์กร เปรียบเทียบระดับตำแหน่งงานกับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการสื่อสารภายในองค์กร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานของบริษัทสัญชาติเกาหลีแห่งหนึ่งจำนวน 308 คน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมพนักงานมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการสื่อสารภายในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง

3. ความพึงพอใจของลูกค้า

การทำให้ความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่ได้รับบริการในสิ่งที่ดีเป็นที่พอใจประทับใจ ตามที่ผู้รับบริการตั้งใจไว้หรือมากกว่าที่คิดไว้ การจะทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจได้หน่วยให้บริการต้องวางระบบ โครงสร้างที่ดี สอดคล้อง สัมพันธ์กันทุกฝ่าย เช่น ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย ด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เข้าใจในหน้าที่และต้องใจรักในการให้บริการ ด้านสถานที่สะอาดพื้นที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีความเชื่อมั่นและมั่นใจเมื่อมารับบริการกัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรีพบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก ด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาได้ไม่สะดวกและสถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ด้านพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

4. การให้บริการลูกค้าด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

การให้บริการเป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่ได้รับการบริการที่ดีเลิศจริงซึ่งตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจรู้สึกคุ้มค่าประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี สอดคล้องกับ กวิน พรเลิศ (2546) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อ และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าจำนวน 150 ราย ผล

การศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจค่าเฉลี่ยระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการต่อการอนุมัติจำนวนวงเงินให้กู้

5.การให้บริการลูกค้าด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ

การบริการ เป็น การดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างดีย่อม เป็นเลิศ โดยยึดหลักว่าต้องสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย โปร่งใส และเป็นธรรมตรงกับความต้องการของผู้รับบริการให้มากที่สุด อันนำมาซึ่งความประทับใจหรือความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร สอดคล้องกับ คำริ สถิตเสมากุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลจากการศึกษาพบว่า คุณภาพของบริการที่ได้รับและคุณค่าของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ส่วนความคาดหวังของผู้ใช้บริการส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จะส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ให้บริการระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและพื้นที่ต่อเนื่อง สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการ การกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจและวางแผนทางการตลาด ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพทางธุรกิจมากขึ้นในอนาคต

6.การให้บริการลูกค้าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งๆ ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการสอดคล้องกับ ศิริมนัส อินตะแก้ว (2551) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารงานของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานสำนักหอสมุด พบว่า ระดับความคิดเห็นสูงสุดในระดับมากของผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก มีการพัฒนาทักษะเชิงบริหารจัดการให้กับผู้บริหารระดับหัวหน้าฝ่าย หัวหน้างานการให้รางวัลแก่บุคลากรเป็นภารกิจที่สำคัญของผู้บริหารเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจแก่บุคลากร มีมาตรการป้องกันภัยและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง และบุคลากรสร้างบรรยากาศการทำงานมีลักษณะของการเคารพ ให้เกียรติเหมือนกับน้อง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรพัฒนาบุคลากรทุกระดับและทุกกลุ่มให้มีความรู้ความเข้าใจบทบาท ภาระหน้าที่ เป้าหมาย รวมทั้งสร้างความตระหนักและให้เห็นความสำคัญของการให้บริการ โดยให้มีส่วนร่วมในการให้บริการ และให้ถือว่าเป็นภารกิจหลักของการปฏิบัติงาน
2. จัดอบรมเพิ่มเติมเรื่องการให้บริการที่ประทับใจ และให้บุคลากรทุกคนในหน่วยงานสามารถทำงานแทนกันได้ เพื่อการให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง
3. มีการควบคุมให้ปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ และมีการปรับปรุงรูปแบบการทำงานอย่างสม่ำเสมอ
4. มีการสรุปผลการทำงานและหาทางแก้ไขการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อ

1. ควรวิจัยเพื่อติดตามและประเมินผลการให้บริการหลังจากมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการแล้ว เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
2. ควรวิจัยเพื่อศึกษาประสิทธิผลของการให้บริการทั้งระดับสำนักงานใหญ่ และสาขาย่อย

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา แจ่มแจ้ง.(2549).ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาท่าสายจังหวัดเพชรบุรี.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการ,บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กวิน พรเลิศ. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้า ในการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ลิสซิ่งจำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คำริ สถิตเสมากุล.(2558).ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นัยนา นพน้อย.(2549).ความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: บริษัทสัญชาติเกาหลีแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา(วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต).ชลบุรี:มหาวิทยาลัยบูรพา

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.tot.co.th> ค้นเมื่อ
1 พฤศจิกายน 2555).

พีระชาติ อุปแก้ว. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายบริการ
มหาวิทยาลัยพะเยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยพะเยา.

ศิริมนัส อินตะแก้ว. (2551). *ประสิทธิผลการบริหารงานของสำนักหอสมุด
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการ
บริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่