

คุณภาพงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ

ฉัตร โชติช่วง¹

ดร.จิราพร ชมสวน²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผลการทดสอบความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 95% กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ตารางความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท พฤติกรรมของผู้บริโภคเข้าใช้บริการด้านเปลี่ยนแพ็คเกจ มีการเข้าใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ที่ 1,001 - 2,000 บาท ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ คิดเป็นร้อยละ 43.4 โดยด้านความเอาใจใส่ในการบริการส่งผลมากที่สุด ($B = .228$) รองลงมาคือด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($B = .157$) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ($B = .153$) ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ($B = .121$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($B = .106$) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ ด้านความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4090

คำสำคัญ: คุณภาพงานบริการ, ความพึงพอใจ, ศูนย์บริการทรมูฟ

¹นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Master student, Master of Business Administration /Program in Marketing, Dhurakij Pundit University

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Lecturer and D.B.A., Dhurakij Pundit University

SERVICE QUALITY THAT INFLUENCES THE SATISFACTION OF TRUE MOVE SERVICE CENTER USERS AT THE CENTRAL PLAZA, CHAENGWATTANA BRANCH

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the importance of service quality that affects the decision to use the services of True Move service centers in Central Chaengwattana branch 2) To study the satisfaction of True Move service center users of Central Chaengwattana branch 3) to study the influence of service quality affecting the satisfaction of True Move service center users of Central Chaengwattana branch. This research was conducted as quantitative research using online questionnaires to collect data from True Move service center users of Central Chaengwattana branch with a total amount of 400 people. The inferential statistic used to test the hypothesis was the multiple regression analysis.

The research found that service quality factors affect the satisfaction of True Move service center users of Central Chaengwattana branch accounting for 43.4%, with service attentiveness having the greatest impact ($B = .228$), followed by customer confidence ($B = .157$), and service reliability ($B = .153$), service provider response ($B = .121$) and service concreteness ($B = .106$), respectively.

Keywords: service quality, satisfaction, True Move Service Center

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบันที่เรียกว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคที่เต็มไปด้วย ข้อมูล ข่าวสาร ยุคที่โลกของการติดต่อสื่อสาร เพราะว่า เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารมีความทันสมัย ก้าวหน้า สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว มีความคล่องตัวสูง ในยุคโลกาภิวัตน์ ระบบการสื่อสารถือว่าเป็นบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง โทรศัพท์มือถือจัดว่าเป็นระบบการสื่อสารรูปแบบหนึ่งและกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนในยุคปัจจุบันไปแล้ว จำนวนของผู้ใช้งานมีเพิ่มขึ้นทุกวัน ทำให้ตลาดของการสื่อสารมีการแข่งขันกันสูงและรุนแรง และเนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยที่เปลี่ยนไป การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ต้องเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือทุกค่ายพยายามพัฒนาเทคโนโลยีทั้งในด้านระบบเครือข่ายและบริการเสริม ข้อมูลและความบันเทิงต่าง ๆ นอกจากนี้ก็ยังได้พัฒนาบริการเสริมในด้านอื่น ๆ เพื่อตอบสนองกับผู้ใช้บริการ (วารินทร์ สถาพร, 2552)

บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ทรูมูฟ เป็นบริษัทด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและเป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมครบวงจรในด้านการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ซึ่ง บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีมูลค่าสินทรัพย์รวมกว่า 617,547.90 ล้านบาท มีรายได้ในปี 2563 รวม 143,338.54 ล้านบาท และมีส่วนของผู้อถือหุ้น 85,089.10 ล้านบาท ในปัจจุบันการแข่งขันทางด้านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เริ่มสูงขึ้น ทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการนั้นต้องติดต่อที่ศูนย์บริการด้วยตนเองหรือการรับบริการผ่านช่องทางอื่น ๆ ทำให้มีการให้บริการที่หลากหลายหรือบริการที่เพิ่มมากขึ้น และต้องมีความสะดวกสบายต่อการเข้าใช้บริการของลูกค้า (บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด, 2563) ศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ จึงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ เพราะหากลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการจะเป็นผลดีต่อบริษัทอย่างมาก ลูกค้าจะเกิดการใช้ซ้ำและเกิดการบอกต่อซึ่งเป็นการทำตลาดที่ดีที่สุด แต่ถ้าลูกค้าได้รับความไม่พึงพอใจ หรือไม่มีความพึงพอใจในการให้บริการ ลูกค้าก็จะมีความคิดเห็นลบและจะกระจายข่าวต่อในด้านคุณภาพของงานบริการที่แย่ตามไปด้วย เพราะในสมัยปัจจุบันถือเป็นสมัยที่มีการติดต่อสื่อสารทันสมัยและเร็ว การส่งต่อความไม่พอใจในคุณภาพงานบริการในธุรกิจจะทำให้กระจายข่าวได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว (จินเท โมบาย, 2556)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาของคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจ จะเห็นได้ว่าหากศูนย์บริการมีการให้บริการที่ดี มีคุณภาพต่อลูกค้า ก็จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีกับศูนย์บริการ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาคุณภาพงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพื่อพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ

3. สมมติฐานการวิจัย

คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตด้านประชากรในการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ

4.2 ขอบเขตด้านตัวแปรที่จะศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเรื่องคุณภาพงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ

ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ
5. ด้านความเอาใจใส่ในการบริการ

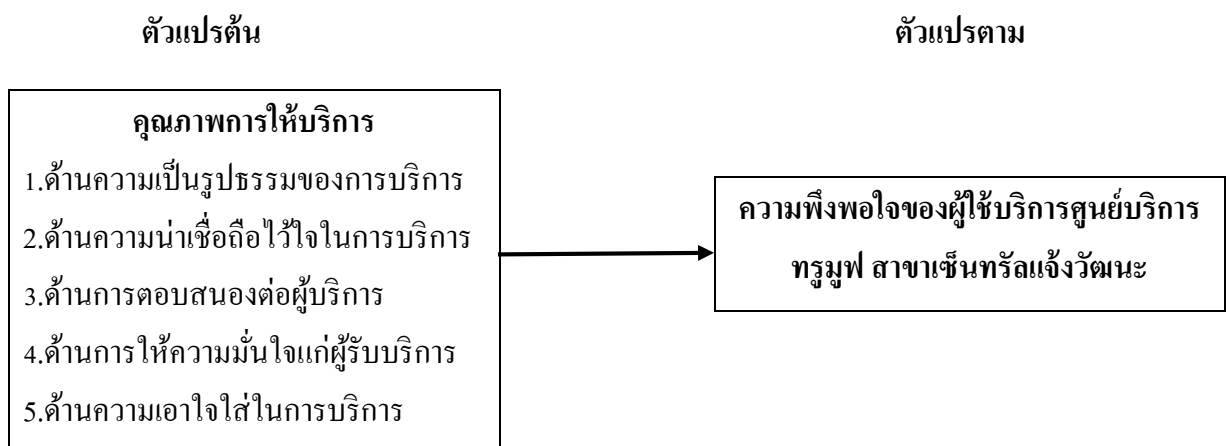
ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ

4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา

ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2564 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2564 รวมระยะเวลาทั้งหมดในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นเวลา 3 เดือน

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้สร้างกรอบแนวคิดงานวิจัยเพื่อใช้ในการดำเนินงานวิจัย เรื่อง คุณภาพงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถทราบข้อมูลที่ชัดเจน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ (Cochran) ใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน แต่เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

6.2 แผนการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การคัดเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกผู้ที่สะดวกและเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถามในการทำการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือมากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีให้กรอกคำตอบลงใน Google Form โดยได้นำไปลงแหล่งสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เป็นต้น

6.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ โดยที่สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบปลายปิดให้เลือกตอบในช่องที่กำหนดให้ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ เป็นแบบปลายปิดให้เลือกตอบในช่องที่กำหนดให้ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

แบ่งออกเป็น 4 ส่วนด้วยกัน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงคุณภาพงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

7. ผลการศึกษา

7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.80 มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 -20,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80

7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการด้านเปลี่ยนแพ็คเกจจำนวน มากสุด คือ 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 เข้าใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนจำนวนมากสุด คือ 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 1,001 - 2,000 บาท จำนวนมากที่สุด คือ 189 คน คิดเป็น ร้อยละ 47.20

7.3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับผลการประเมินปัจจัยคุณภาพการบริการ

ผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมของคุณภาพการให้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านได้ ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความเอาใจใส่ในการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

7.4 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับผลการประเมินปัจจัยความพึงพอใจ

ด้านความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4090 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.37613) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ท่านได้รับการบริการเป็นไปตามความคาดหวัง และรายละเอียดและเงื่อนไขในการให้บริการตรงตามที่ท่านคาดหวังไว้มีอิทธิพลมากที่สุด

7.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรูมูฟ สาขา เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ จึงยอมรับสมมติฐาน

8. การอภิปรายผล

8.1 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการด้านเปลี่ยนแพ็คเกจ มีการเข้าใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ที่ 1,001 - 2,000 บาท

8.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการประเมินกับปัจจัยคุณภาพการบริการ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3300

ด้านความเอาใจใส่ในการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3280

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2655

ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2635

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2385

ซึ่งปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลลัพธ์ในแต่ละที่อาจจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับแต่ละซ็อบหรือสาขาด้วย ทั้งนี้คุณภาพการให้บริการของพนักงานขึ้นอยู่กับศักยภาพของตัวพนักงานเองด้วย และนอกจากนี้ด้านในการให้บริการในแต่ละด้านก็อาจจะมีความแตกต่างกันออกไป เช่น ด้านการตกแต่งและการออกแบบผังร้าน การอบรมพนักงาน ด้านบุคลิกภาพ การให้ความรู้และคำแนะนำให้กับผู้ใช้บริการ เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการบริการในการเข้าใช้บริการ

8.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4090

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติ ศรีจันทร์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ ทรูซ็อบ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ลีจีแอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความพึงพอใจใน

การใช้โทรศัพท์เครือข่ายทรูมูฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.40, S.D. = 0.70) โดยพิจารณา เป็นรายชื่อ พบว่า โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายทรูมูฟ มากน้อยเพียงใดมากที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.44, S.D. = 0.80) รองลงมา ท่านรู้สึกผูกพันกับผู้ให้บริการสัญญาณ โทรศัพท์เครือข่ายทรูมูฟที่ท่านใช้อยู่ และมีความสุขทุกครั้งที่ได้รับบริการจากผู้ให้บริการ โดยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.43, S.D. = 0.74) และน้อยที่สุด ท่านคิดว่าจะเลือกโทรศัพท์เครือข่ายเดิมต่อไป ถึงแม้จะมีบุคคลอื่นมาแนะนำ ให้ไปใช้บริการผู้ให้บริการสัญญาณเครือข่ายรายอื่น โดยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า ด้านความเอาใจใส่ในการบริการมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัย จะทำการเสนอแนะตามลำดับความสำคัญ ส่งผลดังนี้

ด้านความเอาใจใส่ในการบริการ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ ให้ความสำคัญกับพนักงานมีความสุภาพ อ่อนโยน พุดจาไพเราะกับลูกค้า และพนักงานเปิดโอกาสให้ลูกค้าถามเกี่ยวกับปัญหาและยินดีตอบคำถามพร้อมทั้งให้คำปรึกษา ดังนั้นศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะควรที่จะให้บริการแก่ผู้ให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกัน และควรเข้าไปช่วยเหลือผู้ให้บริการทุกคนด้วยความจริงใจ

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะให้ความสำคัญกับพนักงานมีความตั้งใจและมุ่งมั่นในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีที่สุด และศูนย์บริการทรูมูฟมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ดังนั้นศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะควรมีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการของศูนย์บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่พนักงานจะได้บริการผู้ให้บริการได้อย่างราบรื่นไม่มีปัญหาติดขัด

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะให้ความสำคัญกับพนักงานเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี และพนักงานรับแก้ไขปัญหาให้ท่านตามสัญญาที่ตกลงกันไว้ ดังนั้นศูนย์บริการทรูมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะควรมีการอบรมพนักงานเรื่องการทำงานเพื่อให้พนักงานนั้นมีความรู้ที่จะสามารถแก้ไขปัญหาให้กับ

ผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังต้องเข้มงวดเรื่องจริยธรรมในอาชีพเพื่อที่จะสามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการโทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะให้ความสำคัญกับพนักงานมีความตั้งใจและมุ่งมั่นในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีที่สุด และพนักงานสามารถสื่อสารและให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นศูนย์บริการโทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะควรมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา คอยอำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันเวลาที่ผู้ใช้บริการต้องการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการโทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะให้ความสำคัญกับการแต่งกายของพนักงานให้ดูมีความน่าเชื่อถือ การออกแบบผังร้านและการตกแต่งทำให้เข้าถึงได้ง่ายในการเข้าใช้บริการ ดังนั้นศูนย์บริการโทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะควรมีการกำหนดการแต่งกายของพนักงานให้เป็นมาตรฐานและดูดีอยู่อย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการออกแบบร้านให้สามารถมองเห็นและเข้าถึงได้ง่ายอีกด้วย

9.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการทำงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาประชากรผู้ใช้บริการกลุ่มอื่นๆ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรูปแบบอื่นๆ ด้วย เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบริการ เป็นต้น

2) ในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเพิ่มงานวิจัยเชิงคุณภาพ หรือควรใช้เทคนิคของเครื่องมือในการวิจัยอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จีเน็ตโมบาย. (2556). ศูนย์บริการจีเน็ตโมบาย. สืบค้นจาก <https://gnetmobile.com>.
- บริษัท โทร คอร์ปอเรชั่น จำกัด. (2563). ข้อมูลบริษัทจดทะเบียน โทร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). สืบค้นจาก <https://market.sec.or.th/public/idisc/th/CompanyProfile/Listed/TRUE>.
- วารินทร์ สถาพร. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือยี่ห้อ G-NET ในเขตพระประแดง. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรัตนนคร.

ภาษาต่างประเทศ

- Cochran, W.G. (1963) **Sampling Technique**. New York: John Wiley and Sons Inc.