

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ในเรื่องของการปรับปรุงกระบวนการบริการที่ปรึกษาอุตสาหกรรมได้มีการเลือกหัวข้อที่จะพัฒนา คือ การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการที่ปรึกษา โดยการเก็บรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลและระบุประเด็นพัฒนากระบวนการให้บริการที่ปรึกษาของกรณีศึกษา บริษัทแอดวานซ์ โนเลจ จำกัด กำหนดตัวดัชนีชี้วัด KPI (Key Performance Index) คือ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ที่ 90% หลังจากการดำเนินการตามแนวทางเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award; TQA) หมวด 3 การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด (Customer and Market Focus) หัวข้อ 3.2 ความสัมพันธ์กับลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้า

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่งงาน ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ส่วนงานที่รับผิดชอบ และประสบการณ์การให้บริการที่ปรึกษาบริษัทอื่น โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1

จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตำแหน่ง		
พนักงาน	56	46.7
หัวหน้างาน	36	30.0
ผู้จัดการ	21	17.5
ผู้บริหาร	7	5.8
รวม	120	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนาดธุรกิจ		
พนักงานไม่เกิน 50 คน	65	54.2
มีพนักงานตั้งแต่ 50-199 คน	55	45.8
รวม	120	100.0
ประเภทธุรกิจ		
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	23	19.2
อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์	97	80.8
รวม	120	100.0
ส่วนงานที่รับผิดชอบ		
ผู้บริหารระดับสูง	7	5.8
ขาย / การตลาด	9	7.5
จัดซื้อ	8	6.7
ผลิต	30	25.0
ควบคุมคุณภาพ	20	16.7
คลังสินค้า / สโตร์	2	1.7
บุคคล	7	5.8
วางแผนการผลิต	8	6.7
ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	3	2.5
ซ่อมบำรุง	6	5.0
ประกันคุณภาพ	12	10.0
ส่งมอบ	8	6.7
รวม	120	100.0
ประสบการณ์การใช้บริการที่ปรึกษาบริษัทอื่น		
ไม่มี	46	38.3
มี	74	61.7
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 120 คน โดยสามารถอธิบายจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ตำแหน่ง พบว่าลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามเป็น พนักงาน จำนวน 56 คน คิดเป็น 46.7% หัวหน้างาน จำนวน 36 คน คิดเป็น 30.0% ผู้จัดการ จำนวน 21 คน คิดเป็น 17.5% ผู้บริหาร จำนวน 7 คน คิดเป็น 5.8% ตามลำดับ

ขนาดธุรกิจ พบว่าลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามเป็นขนาดธุรกิจพนักงานไม่เกิน 50 คน จำนวน 65 ราย คิดเป็น 54.2% มีพนักงานตั้งแต่ 50-199 คน จำนวน 55 ราย คิดเป็น 45.8% ตามลำดับ

ประเภทธุรกิจ พบว่าลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามเป็นประเภทธุรกิจ อุตสาหกรรม ชิ้นส่วนรถยนต์ จำนวน 97 ราย คิดเป็น 80.8% อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 23 ราย คิดเป็น 19.2% ตามลำดับ

ส่วนงานที่รับผิดชอบ พบว่าลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนงานที่รับผิดชอบ ดังนี้ คือ ผลิต จำนวน 30 ราย คิดเป็น 25.0% ควบคุมคุณภาพ จำนวน 20 ราย คิดเป็น 16.7% ประกันคุณภาพ จำนวน 1 ราย คิดเป็น 10.0% ขาย / การตลาด จำนวน 9 ราย คิดเป็น 7.5% จัดซื้อจำนวน 8 ราย คิดเป็น 6.7% วางแผนการผลิต จำนวน 8 ราย คิดเป็น 6.7% ส่งมอบ จำนวน 8 ราย คิดเป็น 6.7% ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 7 ราย คิดเป็น 5.8% บุคคล จำนวน 7 ราย คิดเป็น 5.8% ซ่อมบำรุง จำนวน 6 ราย คิดเป็น 5.0%ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ราย คิดเป็น 2.5% คลังสินค้า / สโตร์ จำนวน 2 ราย คิดเป็น 1.7% ตามลำดับ

ประสบการณ์การใช้บริการที่ปรึกษาบริษัทอื่น พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การใช้บริการที่ปรึกษาบริษัทอื่น จำนวน 74 ราย คิดเป็น 61.7% ไม่มีประสบการณ์การใช้บริการที่ปรึกษาบริษัทอื่น จำนวน 46 ราย คิดเป็น 38.3% ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัทฯ

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้า ก่อนและหลังการปรับปรุงกระบวนการบริการที่ปรึกษา โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงบริการตามแนวทาง
เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award; TQA) หมวด 3

เกณฑ์การวัด	ความพึงพอใจของลูกค้า	
	ค่าเฉลี่ยก่อนปรับปรุง	ค่าเฉลี่ยหลังปรับปรุง
ด้านความเชื่อถือได้	3.89	4.78
ด้านการตอบสนองรวดเร็ว	3.89	4.79
ด้านความมั่นใจได้	3.95	4.79
ด้านการเข้าถึงจิตใจ	3.89	4.79
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.89	4.80
รวม	3.90	4.79

จากตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบัณฑิตด้านคุณภาพการบริการโดยรวมก่อนปรับปรุง พบว่าระดับความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 โดยเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการมากที่สุด คือ ด้านความมั่นใจได้มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมาคือความเชื่อถือ การตอบสนองรวดเร็ว ด้านการเข้าถึงจิตใจด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 หลังปรับปรุงแก้ไข พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.79 โดยเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการมากที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองรวดเร็ว ด้านความมั่นใจได้ ด้านการเข้าถึงจิตใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 ด้านความเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 ตามลำดับ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มการให้บริการของบริษัทฯ

การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมการให้บริการของบริษัทฯ ก่อนและหลังการปรับปรุงกระบวนการบริการที่ปรึกษา โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานก่อนและหลังรับบริการ ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3

จำนวนคนและค่าร้อยละของแนวโน้มการให้บริการของบริษัทฯ

แนวโน้มในการให้บริการของบริษัทฯ	ก่อนปรับปรุง		หลังปรับปรุง	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
ไม่ใช้แน่นอน				
ไม่ใช้				
ไม่แน่ใจ	101	84.2	64	53.3
ใช้	19	15.8	40	33.3
ใช้แน่นอน			16	13.3
รวม	120	100.0	120	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงค่าร้อยละของแนวโน้มพฤติกรรมการให้บริการในขนาดก่อนปรับปรุง พบว่าเรื่องในอนาคตจะกลับมาใช้บริการของบริษัทฯ อีกหรือไม่ ไม่แน่ใจ มีค่าร้อยละเท่ากับ 84.2 รองลงมาคือ เรื่องมีแนวโน้มจะใช้บริการของบริษัทฯ อีกหรือไม่ ในอนาคต มีค่าร้อยละเท่ากับ 15.8 หลังปรับปรุงพบว่า เรื่องในอนาคตจะกลับมาใช้บริการของบริษัทฯ อีกหรือไม่ ไม่แน่ใจ มีค่าร้อยละเท่ากับ 53.3 รองลงมาคือ เรื่องมีแนวโน้มจะใช้บริการของบริษัทฯ อีกหรือไม่ ในอนาคต มีค่าร้อยละเท่ากับ 40 และในอนาคตจะกลับมาใช้บริการของบริษัทฯ ใช้แน่นอน มีค่าร้อยละเท่ากับ 16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4

จำนวนคนและค่าร้อยละของแนวโน้มจะแนะนำให้บริษัทอื่นใช้บริการของบริษัทฯ

แนวโน้มจะแนะนำให้บริษัทอื่นใช้ บริการของบริษัทฯ	ก่อนปรับปรุง		หลังปรับปรุง	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
ไม่แนะนำแน่นอน				
ไม่แนะนำ				
ไม่แน่ใจ	104	86.7	21	17.5
แนะนำ	16	13.3	67	55.8
แนะนำแน่นอน			32	26.7
รวม	120	100.0	120	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนคนและค่าร้อยละของแนวโน้มจะแนะนำบริษัทอื่นใช้บริการของบริษัทฯ ก่อนการปรับปรุงพบว่าไม่แน่ใจ จะแนะนำให้บริษัทอื่นใช้บริการของบริษัทฯ มีค่าร้อยละเท่ากับ 86.7 รองลงมาคือ แนะนำให้บริษัทอื่นใช้บริการของบริษัทฯ มีค่าร้อยละเท่ากับ 13.3 หลังการปรับปรุงพบว่าแนะนำให้บริษัทอื่นใช้บริการของบริษัทฯ มีค่าร้อยละเท่ากับ 55.8 รองลงมาคือ แนะนำแน่นอนให้บริษัทอื่นใช้บริการของบริษัทฯ มีค่าร้อยละเท่ากับ 26.7 ไม่แน่ใจ จะแนะนำให้บริษัทอื่นใช้บริการของบริษัทฯ มีค่าร้อยละเท่ากับ 17.5 ตามลำดับ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ต้องการให้ทางบริษัท ฯ แก้ไขปรับปรุง

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ต้องการให้ทางบริษัทฯ แก้ไขปรับปรุง ก่อนและหลังการปรับปรุงกระบวนการบริการที่ปรึกษา เป็นการรวบรวมความถี่ของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถาม นำมาจัดกลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5
ค่าร้อยละของข้อเสนอแนะอื่นๆ ก่อนและหลังการปรับปรุง

ข้อเสนอแนะอื่นๆ	ก่อนปรับปรุง		หลังปรับปรุง	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
ไม่มีของสมนาคุณ	23	19.2	7	5.8
ไม่มีรายงานการดำเนินการ	18	15.0	4	3.3
เอกสารไม่เพียงพอ	18	15.0		
ไม่มีความคิดเห็น	55	45.8	23	19.2
บริการดีและมีการพัฒนา	6	5.0	86	71.7
รวม	120	100.0	120	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อเสนอแนะอื่นๆ ก่อนการปรับปรุงพบว่าลูกค้า ไม่มีความคิดเห็น จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ มีข้อเสนอแนะเรื่อง ไม่มีของสมนาคุณ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 ไม่มีรายงานการดำเนินการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 เอกสารไม่เพียงพอ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 บริการดีและมีการพัฒนา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 หลังการปรับปรุงพบว่า บริการดีและมีการพัฒนา จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 ไม่มีความคิดเห็น จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 ไม่มีของสมนาคุณ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ไม่มีรายงานการดำเนินการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

4.5 สรุปผลความพึงพอใจของลูกค้าก่อนและหลังการปรับปรุงกระบวนการที่ปรึกษา

จากผลการดำเนินการปรับปรุงกระบวนการบริการที่ปรึกษาอุตสาหกรรม ของบริษัท กรณีศึกษา บริษัทแอดวานซ์ โนเลจ จำกัด ตามแนวทางเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award; TQA) หมวด 3 หัวข้อ 3.2 ความสัมพันธ์กับลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า โดยประยุกต์ใช้ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management; CRM) เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการที่ปรึกษา สามารถสรุปผลการดำเนินงานจากแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ก่อนและหลังการปรับปรุงกระบวนการบริการที่ปรึกษา ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.6

ค่าร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าก่อนและหลังการปรับปรุงกระบวนการที่ปรึกษา

เกณฑ์การวัด	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า	
	ก่อนปรับปรุง	หลังปรับปรุง
ด้านความเชื่อถือได้	77.79	95.54
ด้านการตอบสนองรวดเร็ว	77.79	95.83
ด้านความมั่นใจได้	79.00	95.79
ด้านการเข้าถึงจิตใจ	77.71	95.75
ด้านลักษณะทางกายภาพ	77.71	95.92
รวม	78.00	95.77

จากผลการดำเนินงาน โดยการรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2552 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 รวมระยะเวลาการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 4 เดือน ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการสุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการที่ปรึกษาช่วงระยะเวลาดำเนินงานดังกล่าว พบว่าความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ก่อนปรับปรุงกระบวนการที่ปรึกษา คือ 78% และหลังปรับปรุงกระบวนการที่ปรึกษา คือ 95% จากดัชนีชี้วัด KPI (Key Performance Index) คือ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ที่ 95.77% (เพิ่มขึ้น 17.77%) ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

4.6 ผลการให้คะแนนในหมวด 3 หลังการปรับปรุง

จากที่ได้มีการเลือกที่จะพัฒนาใน หมวด 3 หัวข้อ 3.2 ความสัมพันธ์กับลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการบริการที่ปรึกษาอุตสาหกรรม และได้มีการประเมินตามแนวทางการให้คะแนนที่ได้กล่าวมาแล้วในหัวข้อ 2.1.7 ผลการให้คะแนนจากการประเมินและการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ก่อนการปรับปรุงกระบวนการ คือ ได้คะแนน 60% และผลการให้คะแนนหลังการปรับปรุงอยู่ที่ 95% (เพิ่มขึ้น 35%) เนื่องจากมีการนำเครื่องมือที่ใช้ในการปรับปรุงเพื่อพัฒนาการดำเนินการบริการที่ปรึกษาอุตสาหกรรม คือ การ

บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management; CRM) ประยุกต์ใช้ในการ
ดำเนินการ จึงสามารถเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ดียิ่งขึ้น