

บทคัดย่อ

ชื่อภาคนิพนธ์ : ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของแผนกให้บริการลูกค้า : ศึกษา
เฉพาะกรณีบริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล แมนูแฟคเจอริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด

ชื่อผู้เขียน : นางรุติพร คุ้มมนสุชาติ

ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

ปีการศึกษา : 2544

:

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของแผนกให้บริการลูกค้า บริษัทพีแอนด์จี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับบริษัทพีแอนด์จีกับความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกให้บริการลูกค้าของบริษัทพีแอนด์จี
3. ศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข เพื่อเสริมความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกให้บริการลูกค้าบริษัทพีแอนด์จี

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาได้แก่ลูกค้าที่ทำการติดต่อกับบริษัทพีแอนด์จีโดยตรง ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด จำนวน 110 คน โดยใช้การส่งแบบสอบถามและสามารถรวบรวมข้อมูลกลับคืนมาได้จำนวนทั้งสิ้น 90 คน ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และทดสอบด้วยสถิติ t-test

ผลการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้ :

1. ในการใช้บริการของแผนกให้บริการลูกค้าในภาพรวมพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ โดยเรียงลำดับมากไปหาน้อย พบว่าลูกค้าพึงพอใจด้านพนักงานและการตอบรับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ อันดับสุดท้ายคือ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ซึ่งได้มาจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปริมาณการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ประสิทธิภาพในการติดต่อกับบริษัทพีแอนด์จี และระยะเวลาในการดำเนินการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกให้บริการลูกค้า บริษัทพีแอนด์จี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ปัญหา อุปสรรคในการติดต่อ พบว่า พนักงานมีการโอนสายโทรศัพท์ค่อนข้างบ่อย และใช้เวลานาน การจัดเรียงสินค้าผสมกันหลายรายการ ไม่มีการแยกสินค้า ทำให้ลูกค้าเช็คสินค้าลำบาก และอุปสรรคด้านความเร็วของข้อมูลข่าวสาร

สำหรับข้อเสนอแนะสำคัญที่ได้จากการวิจัยคือ พนักงานแผนกให้บริการลูกค้าควรมีการเข้าเยี่ยมพบปะลูกค้าที่ตนรับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อสร้างความคุ้นเคย และสร้างสัมพันธภาพอันดี พร้อมทั้งรับฟังปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และนำข้อเสนอแนะที่ลูกค้าให้จากการพบปะกัน นำไปปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น

ABSTRACT

Title of Research Paper : The Customers' Satisfaction in the Service of
Customer Service Department : A Case Study of
Procter & Gamble Manufacturing (Thailand) Ltd.

Author : Mrs Thitiporn Koowatanasuchart

Degree : Master of Arts (Social Development)

Year : 2001

The objectives of this research are listed below :

1. To study the customers' satisfaction with the service of P&G Customer Service Department.
2. To study the relation between the customers' knowledge and experience with the service of P&G Customer Service Department and their satisfaction.
3. To study problems and obstacles in order to finding proper ways to improve customers' satisfaction.

The samples for this study are 110 customers who directly contact with P&G both in Bangkok and up-country by using the questionnaires for data collection. However, only 90 questionnaires were answered and returned. The data were later analysed via descriptive statistics and t-test.

The results of the study can be summarized as follows :

1. As a whole, the customers were found to be satisfied with the services at moderate level. Consider separately, the customers were most satisfied with the staff and their warm welcome, followed by the convenience from the service and the information they got from the service respectively.

2. The factors of customers' knowledge about P&G information, contact experience and contact timing were found to have a significant relationship with their satisfaction in the service of P&G Customer Service Department at the significant level of 0.05.

3. The obstacles that customers identified were that the Customer Service often takes time to transfer telephone line so they have to wait long, no proper classification of products upon delivery so customers have to take longer time in checking process. Other obstacle is the speed of information delivery.

The important recommendations emerged from this study are the Customer Service should visit customers at least once a month in order to build better relationship with customers together with understanding their problems for improving the quality of service to highly satisfy customers.