

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค” ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาไว้ 7 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค
2. เพื่อศึกษาการรับรู้การให้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค
5. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับการรับรู้ต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค
6. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค
7. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยมีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ การศึกษาค้างนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 สาขาเดอะมอลล์บางแค สาขาศรีนครินทร์ สาขาเอสซีบี และสาขาอาคารชัย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับจำนวนผู้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคทั้ง 5 สาขา ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแต่ละสาขาจะใช้กลุ่มตัวอย่าง สาขาละ 80 คน และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์

สามารถนำมาวิเคราะห์ได้จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบมีตัวเลือก และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของสำนักงาน

ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าวแจกให้กับผู้ใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 สาขาเดอะมอลล์บางแค สาขาศรีนครินทร์ สาขาเอสซีบี และสาขาอาคารชัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยแนบหนังสือแนะนำตัว และข้อชี้แจงถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อประโยชน์ในการเก็บรวมข้อมูลและเพื่อความรู้ ความเข้าใจที่ชัดเจน ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ 2 เดือน

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน ของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอเป็นตารางความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนที่สองใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมุติฐานต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับระดับการวัดของ ตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้สถิติการทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) และการทดสอบความแตกต่างระหว่างประชากรสองกลุ่มสติดันที่ (t-test) ระหว่างตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบสมมุติฐาน เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาการรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากผลการศึกษา พบว่า มีเพศหญิงจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 เพศชายจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.75 รองลงมา มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.25 มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 80.75 และมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 19.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 81.00 รองลงมามีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.75 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างคิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ 19.00 ตามลำดับ และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.00 และส่วนใหญ่มียาได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000-30,000 บาท และต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.50 และ 11.25 ตามลำดับ และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.50

2. การรับรู้เกี่ยวกับบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค จากเพื่อน/เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงานคิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมา รู้จักจากเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค คิดเป็นร้อยละ 59.25 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่รู้จักจากบุคคลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 8.75

และสื่อติด ณ จุดบริการลูกค้า เช่น สื่อที่ตั้งบนเคาน์เตอร์บริการลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมารู้จักจากป้ายไฟสัญลักษณ์ดีแทค ป้ายไฟสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ณ หน้าสถานที่ตั้งของแต่ละสาขา คิดเป็นร้อยละ 56.50 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่รู้จักจากสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 23.25

ส่วนบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักคือ บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค คิดเป็นร้อยละ 88.75 รองลงมาคือ บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค เช่น จดทะเบียนใหม่ โอนสิทธิ์ ย้ายจุดจดทะเบียน ระบุการใช้บริการชั่วคราว ยกเลิกระบุการใช้บริการชั่วคราว ทำซิมการ์ด (Sim Card) ใหม่ เช็ดซิมการ์ด (Sim Card) เปลี่ยนที่อยู่ในใบแจ้งค่าบริการ แก้ไขค่านำหน้า หรือแก้ไขชื่อ-นามสกุล สมัครงาน-ยกเลิก บริการเสริม เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 76.50 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ บริการซ่อมเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค คิดเป็นร้อยละ 34.25

3. พฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 87.75 รองลงมาคือ บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค คิดเป็นร้อยละ 52.50 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ บริการซ่อมเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค คิดเป็นร้อยละ 18.50 และกลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าในช่วงเย็น 15.01-18.00 น. และช่วงบ่าย 12.01-15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 35.75 และ 35.25 ตามลำดับ รองลงมาใช้บริการในช่วงค่ำ 18.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 20.75 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการในช่วงเช้า คือ เวลา 09.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.25 โดยสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่ถูกค่าใช้บ่อยส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาใช้บริการบริเวณใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 30.75 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบริเวณเส้นทางที่ผ่านประจำ คิดเป็นร้อยละ 15.25 และกลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการเพียง 1 รายการ คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาใช้บริการ 2-3 รายการ คิดเป็นร้อยละ 35.75 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการมากกว่า 3 รายการขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.25

4. ความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงที่สุดในเรื่อง การให้บริการมีความน่าเชื่อถือ / น่าไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ สภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการภายในสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

($\bar{X} = 3.90$) และรูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ และมีความพึงพอใจต่ำที่สุดคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกที่จะมาชำระค่าบริการ เช่นมีจำนวนสาขาที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.27$)

5. ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่อภัยภัยไม่ตรึงกล่าวทักทายผู้ใช้บริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม ($\bar{X} = 3.40$) และมีความพึงพอใจต่ำที่สุดคือ เจ้าหน้าที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ บริการด้วยความกระตือรือร้น และให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อมีข้อสงสัย ในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ($\bar{X} = 3.83, 3.84$ และ 3.85 ตามลำดับ)

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่า

1. การศึกษา และอาชีพที่ต่างกันมีการรับรู้กับสื่อบุคคล คือ เพื่อน/เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงานที่ทำให้รู้จักบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

2. เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีการรับรู้กับสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่ทำให้รู้จักบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

3. การศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีการรับรู้กับสื่อเฉพาะกิจ คือ สื่อติด ณ จุดบริการลูกค้าที่ทำให้รู้จักบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

4. การศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีการรับรู้กับเฉพาะกิจ คือ สื่อป้ายไฟสัญลักษณ์ดีแทค ป้ายไฟสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ณ หน้าสถานที่ตั้งของแต่ละสาขาที่ทำให้รู้จักบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 3 ข้อ คือ

- 1.1 มีประเภทบริการหลากหลายและครบถ้วนตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
- 1.2 การให้บริการมีความน่าเชื่อถือ / น่าไว้วางใจ
- 1.3 ทำเลที่ตั้งสะดวกที่จะมาชำระค่าบริการ เช่นมีจำนวนสาขาที่ให้บริการ

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 5 ข้อ คือ

- 2.1 รูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ
- 2.2 ให้บริการรวดเร็วทันใจ / ไม่ต้องรอนาน
- 2.3 กิจกรรมส่งเสริมการขายและโฆษณา
- 2.4 ทำเลที่ตั้งสะดวกที่จะมาชำระค่าบริการ เช่นมีจำนวนสาขาที่ให้บริการ
- 2.5 สภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการภายในสำนักงานบริการลูกค้า

ดีแทค

3. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ

- 3.1 มีประเภทบริการหลากหลายและครบถ้วนตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
- 3.2 สภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการภายในสำนักงานบริการลูกค้า

ดีแทค

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 4 ข้อ คือ

- 4.1 รูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ
- 4.2 ให้บริการรวดเร็วทันใจ / ไม่ต้องรอนาน
- 4.3 ความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าบริการแต่ละประเภท

4.4 สภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการภายในสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

5. กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ

- กิจกรรมส่งเสริมการขายและโฆษณา

6. กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ

- ความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าบริการแต่ละประเภท

7. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสำนักงานบริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ

7.1 ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น

7.2 มีอัธยาศัยไมตรีกล่าวทักทายผู้ให้บริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม

8. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสำนักงานบริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 3 ข้อ คือ

8.1 ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น

8.2 มีอัธยาศัยไมตรีกล่าวทักทายผู้ให้บริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม

8.3 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

9. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสำนักงานบริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ

- การให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อมีข้อสงสัยในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง

10. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกันเกือบทุกข้อ ยกเว้นเพียง 1 ข้อ คือ

- เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

11. กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ

11.1 มีอัตรายศไม่ตรีกล่าวทักทายผู้ใช้บริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม

11.2 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

12. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ

12.1 ให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อมีข้อสงสัยในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง

12.2 มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 3 ข้อ คือ

1.1 การให้บริการมีความน่าเชื่อถือ / น่าไว้วางใจ

1.2 ให้บริการรวดเร็วทันใจ / ไม่ต้องรอนาน

1.3 ความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าบริการแต่ละประเภท

2. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ

2.1 รูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ

2.2 ความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าบริการแต่ละประเภท

3. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน เกือบทุกข้อ ยกเว้น เพียง 1 ข้อ คือ

- รูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวม และรายข้อไม่แตกต่างกัน

5. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ

- มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

6. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ

- การให้บริการด้วยความกระตือรือร้น

7. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน เกือบทุกข้อ ยกเว้นเพียง 1 ข้อ คือ

- การให้บริการด้วยความกระตือรือร้น

8. กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวม และรายละเอียดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 สาขาเดอะมอลล์บางแค สาขาศรีนครินทร์ สาขาเอสซีบี และสาขาอาคารชัย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับจำนวนผู้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคทั้ง 5 สาขา ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแต่ละสาขาจะใช้กลุ่มตัวอย่างสาขาละ 80 คน โดยการเข้าไปเก็บข้อมูลเป็นแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลตามเขตที่กำหนดทั้งหมด และมีแบบคำถามคัดเลือกลุ่มตัวอย่าง (Screening Question) ก่อนว่า เคยใช้บริการการชำระเงินที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส ใช่หรือไม่ ถ้าใช่ จึงแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างนั้น ๆ กรอกแบบสอบถามเอง

สรุปผล (การแจกแจง) ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง โดยมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท และเป็นที่น่าสังเกตมากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อายุไม่มากนัก มีสถานภาพโสด เป็นวัยเริ่มต้นการทำงาน เงินเดือนไม่สูงมาก ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าผู้ใช้บริการเหล่านี้ชอบความทันสมัยไม่ชอบการบริการในรูปแบบเดิม ๆ ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ถือเป็นเรื่องปกติเพราะเพศหญิงเป็นเพศที่มีการใช้จ่ายมากกว่าเพศชาย รวมถึงเพศหญิงมักมีภาระหน้าที่การรับผิดชอบเกี่ยวกับการจ่ายชำระค่าสินค้าต่าง ๆ อีกทั้งมีพฤติกรรมในการใช้จ่ายใช้สอยของใช้ในครัวเรือน ดังนั้น จึงเกิดพฤติกรรมการใช้บริการมากกว่าเพศชาย

สรุปผลการรับรู้เกี่ยวกับบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จักสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคจากสื่อบุคคล โดยส่วนใหญ่จะรู้จักบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคจากเพื่อน/เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน รองลงมารู้จักจากเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

ในส่วนสื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างรู้จักสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคจาก สื่อติด ณ จุดบริการลูกค้า เช่น สื่อที่ตั้งบนเคาน์เตอร์บริการลูกค้า รองลงมารู้จักจากป้ายไฟสัญลักษณ์ดีแทค ป้ายไฟสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ณ หน้าสถานที่ตั้งของแต่ละสาขา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ของผู้รับสารผ่านการมองเห็น มองผ่านตา สามารถเกิดการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการตามมาได้ แม้ว่าลูกค้าอาจจะไม่ได้ตั้งใจมาใช้บริการ แต่ลูกค้าก็เกิดขั้นตอนการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) (เสรี วงษ์มณฑา, 2540, น. 97) กล่าวคือเปิดโอกาสให้ข้อมูลเข้าสู่ตนเอง เช่นเดียวกับผลการศึกษาครั้งนี้กลุ่มวัยรุ่นอายุตั้งแต่ 20-29 ปี จะเลือกรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่ตนเองสนใจ และอาจจะเกิดขั้นตอนการตั้งใจเลือกรับข้อมูล (Selective Attention) ตามมาได้เช่นกัน

จากลักษณะการวางตำแหน่งของสื่อในสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค กล่าวได้ว่า มีการวางการติดสื่อเฉพาะกิจที่ชัดเจน และผู้ใช้บริการสามารถเห็นได้ง่าย บางครั้งผู้ใช้บริการอาจเพียงเดินผ่านไม่ได้ตั้งใจแต่เกิดการรับรู้ขึ้นแรกแล้ว ซึ่งบริเวณเคาเตอร์ที่ให้บริการลูกค้าเป็นตำแหน่งการติดสื่อที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุด ประกอบกับผู้ใช้บริการทุกคนส่วนใหญ่ต้องมาใช้บริการบริเวณเคาเตอร์ที่ให้บริการลูกค้า ณ จุดนั้นพอดี ทำให้เกิดการรับรู้ อีกทั้งสื่อเฉพาะกิจที่ติด บริเวณเคาเตอร์ที่ให้บริการลูกค้า นั้น ได้ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ส่วนป้ายไฟสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ณ หน้าสถานที่ตั้งของแต่ละสาขา ซึ่งจะติดคู่กันกับสัญลักษณ์โลโก้ดีแทค นั้น จะอยู่ด้านนอกสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค และจากผลการศึกษาที่ปรากฏพบเป็นอันดับรองจากสื่อที่ติด ณ จุดบริการลูกค้า เนื่องจากผู้ใช้บริการจะมองเห็นชัดเจนตอนกลางคืนมากกว่าตอนกลางวัน เพราะตอนกลางคืนจะมีการเปิดไฟให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น จึงทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ได้ดีเฉพาะช่วงกลางคืนเท่านั้น (ปัจจัยเรื่องสภาพแวดล้อม) เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อที่ติด ณ จุดบริการลูกค้า ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ตลอดเวลาที่เข้ามาใช้บริการในสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

ส่วนบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักคือ บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค รองลงมาคือ บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค ซึ่งจากผลการศึกษาดังกล่าว สรุปได้ว่าเมื่อผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้จากสื่อเฉพาะกิจ เช่น สื่อที่ติด ณ จุด บริการลูกค้า และตอกย้ำบ่อย ๆ เกี่ยวกับบริการต่าง ๆ จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการรู้จักบริการต่าง ๆ นั้นได้

สรุปผล (การแจกแจง) เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคมากที่สุด รองลงมาคือ บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค เนื่องจากค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคถือเป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นรายเดือนทุกเดือนต้องมาจ่ายตามระยะเวลาที่บิลกำหนดไว้

กลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าในช่วงเย็น 15.01-18.00 น. และช่วงบ่าย 12.01-15.00 น. โดยสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่ลูกค้าใช้บ่อยส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณใกล้บ้าน รองลงมาใช้บริการบริเวณใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา เนื่องจากผู้ให้บริการมีความรู้ลึกเคยชินและสะดวก ทั้งนี้ผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะให้บริการจำนวน 1 รายการ รองลงมาจะให้บริการจำนวน 2-3 รายการ อันเนื่องจากผู้ให้บริการมีพฤติกรรมการใช้ คือ ใช้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค ซึ่งมีข้อกำหนดเรื่องระยะเวลาในการชำระค่าบริการตามใบแจ้งค่าบริการ ดังนั้น ผู้ให้บริการจะมาชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค 1 รายการ ที่ถึงระยะเวลาครบกำหนดการชำระก่อน เพราะผู้ให้บริการเกรงถูกระงับการให้บริการ เพราะฉะนั้นถึงเกิดความถี่ในการมาชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค รวมถึงเกิดความถี่ในการใช้บริการที่สำนักงานบริการลูกค้าดีแทคของแต่ละสาขาด้วย

สรุปผล (การแจกแจง) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงที่สุดในเรื่อง การให้บริการมีความน่าเชื่อถือ / น่าไว้วางใจ รองลงมาคือ สภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการภายในสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค และความพึงพอใจในรูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทที่เน้นการให้บริการเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ทางบริษัทจำเป็นต้องเน้นความหลากหลายด้านบริการต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งบริการที่ทันสมัยต่อผู้ให้บริการ ทางบริษัทได้มีการเอื้ออำนวยประโยชน์การบริการใหม่ ๆ ที่เน้นความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (Customer Satisfaction) ที่ว่า ระดับของขีดความรู้สึกลูกค้าที่ได้รับจากการบริการต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ระดับ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2547, น. 154)

1. ความไม่พึงพอใจ (Unsatisfaction) จะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าไม่ได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจากการบริการนั้น ๆ

2. ความพึงพอใจ (Satisfaction) จะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจะเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ

3. ความประทับใจ (Delight) เมื่อลูกค้าได้รับผลประโยชน์มากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับการจากบริการ จะเป็นมากกว่าความพึงพอใจ คือ ความประทับใจ ซึ่งทั้งความพึงพอใจและความประทับใจจะเป็นการนำไปสู่ความรู้สึกในระดับต่อไปคือ

4. ความภักดี (Loyalty) ความพึงพอใจและความประทับใจเป็นจุดเริ่มต้นของการภักดี เมื่อลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและประทับใจกับการบริการที่เขาได้รับ เขาก็จะไม่พยายามที่จะหาบริการอื่นมาทดแทน และจะใช้บริการนั้น ๆ จากผู้ให้บริการรายเดิมต่อไป

ซึ่งจากระดับความพึงพอใจ ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่าผู้ให้บริการได้รับบริการในสิ่งที่คาดหวังไว้ประกอบกับการที่บริษัทจัดให้มีศูนย์ Call Center รับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้สามารถนำปัญหาความไม่พึงพอใจต่าง ๆ ไปปรับปรุง แก้ไข ประเมินผลบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้ให้บริการได้ตรงวัตถุประสงค์ต่อไป ดังที่ (Gronroos C, 1990) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพที่ดีของลูกค้า คือ ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่การตกลงในการใช้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการได้โดยพนักงานจะทำตามสัญญาที่ตกลงไว้ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ จากผลการศึกษา ผู้ใช้บริการต่อบริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้ในเรื่องการให้บริการมีความน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ มีความพึงพอใจอยู่ระดับมาก

สรุปผล (การแจกแจง) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าดีแท้

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแต่งกายสุภาพเรียบร้อย รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่อภัยภัยไมตรีกล่าวทักทายผู้ให้บริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม โดยจากคะแนนเฉลี่ยสรุปได้ว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจจัดอยู่ระดับพึงพอใจปานกลาง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่บริษัทมีนโยบายให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าทุกคนต้องเข้าการอบรมหลักสูตรพื้นฐานการบริการ เช่น Service mind Service Excellent ก่อนการปฏิบัติงานจริง

สรุปผลการพิสูจน์สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่า

1. การศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีการรับรู้กับสื่อบุคคล คือ เพื่อน/เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงานที่ทำให้รู้จักบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

2. เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการรับรู้กับสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคที่ทำให้รู้จักบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

3. การศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการรับรู้กับสื่อเฉพาะกิจ คือ สื่อติด ณ จุดบริการลูกค้าที่ทำให้รู้จักบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

4. การศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการรับรู้กับเฉพาะกิจ คือ สื่อป้ายไฟสัญลักษณ์ดีแทค ป้ายไฟสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ณ หน้าสถานที่ตั้งของแต่ละสาขาที่ทำให้รู้จักบริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐานนี้ สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์บางตัวแปร คือ เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ที่ว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา มีความสำคัญเพราะล้วนมีผลต่อการรับรู้ การตีความ การเข้าใจของผู้รับสารทั้งสิ้น ซึ่งเราจะเห็นได้จากเพศหญิงมักเป็นเพศที่มีอารมณ์อ่อนไหว มองสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะดูรายละเอียดกับสิ่งต่าง ๆ ด้วยคุณลักษณะดังกล่าวทำให้เพศหญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย การศึกษาถือเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึนึกคิด ทศนคติ และค่านิยม ของบุคคลที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกล่าให้บุคคลเป็นคนที่มีความรู้และทักษะไปในทิศทางที่แตกต่างกันอีกด้วย (กิตติมา สุรสนธิ, 2544, น. 19-20)

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 3 ข้อ คือ

1.1 มีประเภทบริการหลากหลายและครบถ้วนตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

1.2 การให้บริการมีความน่าเชื่อถือ / น่าไว้วางใจ

- 1.3 ทำเลที่ตั้งสะดวกที่จะมาชำระค่าบริการ เช่นมีจำนวนสาขาที่ให้บริการ
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 5 ข้อ คือ
 - 2.1 รูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ
 - 2.2 ให้บริการรวดเร็วทันใจ / ไม่ต้องรอนาน
 - 2.3 กิจกรรมส่งเสริมการขายและโฆษณา
 - 2.4 ทำเลที่ตั้งสะดวกที่จะมาชำระค่าบริการ เช่นมีจำนวนสาขาที่ให้บริการ
 - 2.5 สภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการภายในสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ
 - 3.1 มีประเภทบริการหลากหลายและครบถ้วนตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
 - 3.2 สภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการภายในสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้
4. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 4 ข้อ คือ
 - 4.1 รูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ
 - 4.2 ให้บริการรวดเร็วทันใจ / ไม่ต้องรอนาน
 - 4.3 ความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าบริการแต่ละประเภท
 - 4.4 สภาพและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการภายในสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้
5. กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ
 - กิจกรรมส่งเสริมการขายและโฆษณา
6. กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ
 - ความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าบริการแต่ละประเภท
7. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ
 - 7.1 ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น
 - 7.2 มีอัธยาศัยไมตรีกล่าวทักทายผู้ให้บริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม
8. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 3 ข้อ คือ

8.1 ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น

8.2 มีอัธยาศัยไมตรีกล่าวทักทายผู้ให้บริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม

8.3 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

9. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสำนักงานบริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ

- การให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อมีข้อสงสัยในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง

10. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกันเกือบทุกข้อ ยกเว้นเพียง 1 ข้อ คือ

- เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

11. กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ

11.1 มีอัธยาศัยไมตรีกล่าวทักทายผู้ให้บริการด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม

11.2 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

12. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ

12.1 ให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อมีข้อสงสัยในการให้บริการอย่างเป็นกันเอง

12.2 มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

จากการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแท้ และจากข้อสมมติฐานนี้ยังได้สอดคล้องกับแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ที่ว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ การศึกษา มีความสำคัญเพราะล้วนมีผลต่อการรับรู้ การตีความ การเข้าใจของผู้รับสารทั้งสิ้น (กิตติมา สุรสนธิ 2547, น. 19-20) อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (Customer Satisfaction) ที่ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคมีส่วนในการตัดสินใจซื้อบริการใด ๆ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องกระตุ้นลูกค้ากลุ่มนี้ให้มากที่สุด ถ้าหากว่าการบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ย่อมสร้างความพอใจและเกิดเป็นการจงรักภักดีได้มากที่สุด เพราะความพอใจคืออารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ยอมจ่ายเงินมากสำหรับการบริการในครั้งหนึ่ง ๆ เพื่อแลกกับความสะดวก ความสบาย ความคุ้มค่า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, น. 79)

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 3 ข้อ คือ

- 1.1 การให้บริการมีความน่าเชื่อถือ / น่าไว้วางใจ
- 1.2 ให้บริการรวดเร็วทันใจ / ไม่ต้องรอนาน
- 1.3 ความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าบริการแต่ละประเภท

2. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คือ

- 2.1 รูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ
- 2.2 ความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าบริการแต่ละประเภท

3. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน เกือบทุกข้อ ยกเว้นเพียง 1 ข้อ คือ

- 3.1 รูปแบบการบริการทันสมัย/มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวม และรายข้อไม่แตกต่างกัน

5. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ

- มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

6. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คือ

- การให้บริการด้วยความกระตือรือร้น

7. กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการยกเลิกการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แตกต่างกัน เกือบทุกข้อ ยกเว้นเพียง 1 ข้อ คือ

- การให้บริการด้วยความกระตือรือร้น

8. กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ในภาพรวม และรายข้อไม่แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า จากข้อสมมติฐานนี้สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ที่ว่าผู้รับบริการจะมีพฤติกรรมการเลือกหรือการรับบริการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับบริการต่าง ๆ นอกจากนี้โดยทั่วไปแล้วบุคคลย่อมเลือกบริการที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) อีกด้วย ที่ว่าใช้ความพยายามน้อยที่สุดนั้น หมายความว่าผู้รับบริการจะเลือกรับบริการที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด ซึ่งอาจจะมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจะแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล (Goldhaber Gerald and Yates Michael, 1980, p. 87)

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. จากลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่ผลจากศึกษาปรากฏนั้น สามารถกล่าวได้ว่า เพศหญิงมีการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคมากกว่าเพศชาย ดังนั้นทางบริษัทควรเน้นการส่งเสริมการตลาดไปที่เพศหญิง เช่น อาจจัดรายการส่งเสริมการตลาดจากการแลกสินค้าจากคะแนนสะสมแต่มีการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทคในสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ซึ่งสินค้าที่มีไว้ให้แลกกับคะแนนสะสมแต่นั้น อาจจะเป็นสินค้าที่เน้นเป็นของใช้ที่มีสีสันและลวดลายที่เพศหญิงน่าจะชื่นชอบอันเนื่องมาจากเพศหญิงมาใช้บริการบ่อย เป็นต้น รวมถึงควรเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าอายุระหว่าง 20-29 ปี เป็นคนโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เนื่องจากยังไม่มีภาระหน้าที่รับผิดชอบมากนัก และยังมีภาระค่าใช้จ่ายทางครอบครัวยังต้องรับผิดชอบ ดังนั้นวัยนี้จึงใช้จ่ายใช้สอยอย่างไม่คิดมากเพราะตามวิถีการดำเนินชีวิตจะเป็นคนสมัยใหม่ ชอบสิ่งแปลกใหม่ ชอบเรียนรู้ตลอดเวลา ประกอบกับชอบทดลองและลองใช้บริการใหม่ ๆ ซึ่งปัจจุบันบริการที่สำนักงานบริการลูกค้าดีแทคจัดไว้นั้นถือว่าดีอยู่แล้ว แต่ควรมีเพิ่มความหลากหลายให้คนกลุ่มนี้สามารถเลือกได้อีกเพื่อเป็นการเพิ่มใช้บริการโดยรวมให้มากขึ้น

2. จากผลการศึกษาผู้รับสารเกิดการรับรู้ผ่านสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด โดยเฉพาะ สื่อที่ติด ณ จุดบริการลูกค้า เนื่องจากเกิดการรับรู้ ผ่านตาลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นในการจัดทำโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เรื่องอื่น ๆ ทางบริษัทควรเน้นสื่อ ณ จุดบริการลูกค้า ให้มาก เช่น มีการประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์ในบริษัทให้แต่ละสาขาของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคปฏิบัติตามตำแหน่งที่ส่วนกลางกำหนดไว้อย่างถูกต้อง ในส่วนของป้ายไฟสัญลักษณ์สำนักงานบริการลูกค้าดีแทคควรมีการทำความสะอาด และเปิดไฟให้สว่างเพื่อให้ลูกค้าจะสามารถเห็นได้เด่นชัดมากยิ่งขึ้น เป็นต้น ในส่วนของสื่อแผ่นพับ/ใบปลิว ที่ให้ลูกค้านำกลับไปจากสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคยังไม่สามารถจะสื่อสารให้ลูกค้าทราบถึงบริการได้อย่างแท้จริง รวมทั้งยังเสี่ยงการผลิตที่สูง ถ้าลูกค้าไม่นำกลับไปอ่านก็จะไม่เกิดการรับรู้ข่าวสารการให้บริการของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคเลย และเพื่อให้เกิดการสัมฤทธิ์ผลทางการสื่อสารที่ดีควรเน้นไปที่สื่อติด ณ จุดบริการลูกค้าก่อน ตามมาคือสื่อบุคคล ข้อเสนอแนะคือ บริษัทควรฝึกอบรมเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าทราบถึงจุดประสงค์หลักขององค์กรในทิศทางเดียวกันและมีใจรักต่อการให้บริการและจิตใจที่รักงานบริการ (Service Mind) เพราะเป็นภาพลักษณ์บริษัท (Corporate Image) เพื่อเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าจะสามารถนำข่าวสารไปยังลูกค้าได้ถูกต้องก่อให้เกิดความประทับใจต่อบริษัทโดยรวม ก่อให้เกิดลูกค้าสามารถนำข่าวสารนั้นไปเผยแพร่ ผ่านทางเพื่อน ครอบครัว ได้ถูกต้องเช่นกัน จากนั้นการตอบสนองของพฤติกรรมการใช้บริการก็จะเกิดขึ้น

3. ทางบริษัทควรส่งเสริมบริการที่ดีอยู่แล้วอย่างต่อเนื่องเช่น บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค บริการเปลี่ยนแปลงสัญญาและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค และทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการที่ยังรู้จักน้อย เช่น บริการซ่อมเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค ซึ่งจากการศึกษาปรากฏว่า ผู้ใช้บริการยังไม่เกิดการรับรู้บริการนี้เท่าที่ควร รวมถึงข้อเสนอแนะให้บริษัทเน้นทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ให้มากขึ้นกว่านี้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการจะเกิดการรับรู้ได้มากที่สุด

4. ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการเข้ามาชำระมากที่สุดคือ ช่วงเย็น 15.01-18.00 น. รองลงมา เป็นช่วงบ่าย 12.01-15.00 น เนื่องจากเป็นช่วงเวลาหลังเลิกงาน/ เลิกเรียน และเป็นช่วงเวลาพักเที่ยง ประกอบกับ ผลการศึกษาที่พบคือ จุดที่ผู้ใช้บริการมาชำระบ่อยที่สุดคือ ไกล่บ้าน รองลงมา คือ บริเวณใกล้ที่ทำงาน ทำให้พิจารณาได้ว่าช่วงหลังเลิกงานผู้ใช้บริการจะแวะสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ข้อเสนอแนะคือ บริษัทควรจัดให้มีกิจกรรมพิเศษในขณะที่ลูกค้ารอคิว รวมถึงควรมีเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าด้านหน้าเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร คอยตอบข้อซักถามและข้อสงสัยต่าง ๆ และคอยให้บริการลูกค้าในเรื่องที่ลูกค้ามาดำเนินการ เพื่อให้ลูกค้าจะได้รับบริการที่รวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ตรงเป้าหมายมากที่สุด

5. ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ข้อเสนอแนะให้บริษัทเน้นย้ำในเรื่องของรายการส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้ลูกค้าที่

เหนือคู่แข่งที่ยังไม่มีรายได้ทำ ด้วยศักยภาพด้านต่าง ๆ ที่บริษัทมีอย่างเพียงพอ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามนโยบายขององค์กรจึงควรให้มีรายการส่งเสริมการตลาด ให้มากขึ้น

6. ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บริษัทควรเน้นย้ำเรื่องการให้บริการลูกค้าอย่างมืออาชีพ โดยอาจจะเพิ่มการอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า รวมทั้งให้ผู้จัดการสาขาและมีการประเมินเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของแต่ละสาขาอย่างต่อเนื่องด้วย

7. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากผู้ใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค แบ่งออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

7.1 บริษัทควรขยายสาขาของสำนักงานบริการลูกค้าดีแทคให้มากขึ้น ทั่วประเทศ

7.2 บริษัทควรมีเอกสารแจกแจงตารางอัตราค่าบริการของโปรโมชั่นต่าง ๆ ในแต่ละประเภทให้ผู้ใช้บริการได้ทราบชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะงานศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับบริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ด้วยเนื่องจากการศึกษานี้ศึกษาเพียงสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจเท่านั้น

2. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาการรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ไม่ได้เป็นการศึกษาแบบเจาะลึก ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาเฉพาะตัวแปรหลัก คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เท่านั้น ดังนั้นเพื่อเป็นการศึกษาในเรื่องลักษณะนี้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรทำการศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ใช้บริการ ตลอดจนทราบนโยบายและแนวโน้มการพัฒนาบริการในอนาคต

3. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาการรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพอใจต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาเฉพาะตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพียงด้านเดียวที่มีผลต่อตัวแปรอื่น ๆ ที่ตามมา สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่งของสำนักงานบริการลูกค้าอื่น ๆ และควรศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้า เช่น ปัจจัยทางด้านราคาค่าบริการรายเดือน ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น