

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษา
เครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเชียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี

**FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION IN USING MACHINE
INSTALLATION AND MAINTENANCE SERVICES OF CUSTOMERS IN
BOONRAWD ASIA BEVERAGE CO., LTD. SINGBURI PROVINCE.**

สมภาพ สุขใส

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Sompop Suksai

E-mail : ponsaint@gmail.com

Industrial management, Master of Business Administration,
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเชียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 152 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้า มีสัดส่วนเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 - 34 ปี โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการ/เจ้าหน้าที่ ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานส่วนใหญ่อยู่ที่ 1 - 5 ปี และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 10,000 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ในส่วนของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคาและผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านผู้ให้บริการ พบว่าทั้ง 4 ปัจจัย มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า

คำสำคัญ : บริษัทบุญรอดเอเชียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี; ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps); ความพึงพอใจ; บริการ; การติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร

ABSTRACT

Study of factors affecting the customer satisfaction in using the service, installation and maintenance of machinery of customers. This time aimed to study the demographic factors and to study the marketing mix factors (7Ps) affecting the customers' satisfaction in machine installation and maintenance services. The sample number of 152 The statistics used to analyze the data are divided into 2 parts, the first one is descriptive statistics analysis the second part is Inferential Statistics

The results showed that demographic characteristics of customers in Boonrawd Asia Beverage Co., Ltd., Singburi Province. The male sex ratio was 78.90% and females accounted for 21.10%. Most of them were aged between 25 - 34 years. Most of them had a bachelor's degree, Most of them worked in the position of operational staff / staff most of them accounted. Most of the time worked in 1 - 5 years, And most had an average monthly income of 10,000 - 20,000 baht. Overall satisfaction was at the highest level.

The results of the hypothesis testing revealed that the demographic factor of sex, Education level, job title and monthly income Different It affects the satisfaction of the customers in the company's machine installation and maintenance services. The difference was statistically significant at the .05 level. Different It affects the satisfaction of the customers in the company's machine installation and maintenance services. No different In terms of service process factors Price and product factors Marketing promotion factors and distribution channels And service

provider factors, it was found that all four factors had an effect on the customers' satisfaction of machine installation and maintenance services.

Keywords: Boonrawd Asia Beverage Company Limited Singburi Province; Marketing Mix Factor (7Ps); Satisfaction; Service; Machine Installation and Maintenance.

บทนำ

ในยุคที่อุตสาหกรรมก้าวเข้าสู่ยุคที่มีการแข่งขันด้านการผลิตมากขึ้น เพื่อให้ได้ของดีมีคุณภาพและต้นทุนต่ำ อุตสาหกรรมต่าง ๆ จึงได้นำเอาเทคโนโลยีและเครื่องจักรเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตมากขึ้น ซึ่งเครื่องจักรถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบการ กระบวนการผลิตที่ดีนั้นต้องมีความพร้อมของเครื่องจักร เครื่องจักรทุกประเภทมีการใช้งานสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ คือ เกิดความเสียหาย ชำรุด ทรุดโทรม เมื่อเครื่องจักรต้องหยุดเพื่อซ่อมแซมในส่วนที่สึกหรออย่างกะทันหันจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต รวมถึงลูกค้าขาดความเชื่อมั่นไม่สามารถส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด การบำรุงรักษาเครื่องจักรจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อยืดอายุการใช้งาน และลดการเสียหายของเครื่องจักร(นิรันดร์ วุฒิสักดิ์, 2558)

ดังนั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี จึงมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการในการเตรียมความพร้อมสำหรับการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร และนำข้อมูลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ดำเนินการปรับปรุง พัฒนา และต่อยอดการให้บริการ ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 152 คน ซึ่งได้จากการคำนวณจากสูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น/ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี
2. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี
3. ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี
4. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร สามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทาง วางแผนกำหนดนโยบายหรือกลยุทธ์ต่าง ๆ
5. นำผลที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการบริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร ให้เหมาะสมตรงตามความต้องการของลูกค้า และพัฒนาศักยภาพให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างดีและสร้างผลกำไรสูงสุด

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์จะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือในองค์กรต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558 อ้างถึงใน ณัฐฐา เสวกวิหारी, 2560)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ในการประกอบธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีข้อเสนอต่อลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์การกำหนดราคาที่เหมาะสม การหาช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งกลยุทธ์ต่าง ๆ เหล่านี้จัดว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2549 อ้างถึงใน จิราพร วรเวชวิทยา, 2559)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าให้กับลูกค้า การคาดการณ์และการจัดการกับความคาดหวังของลูกค้า และการแสดงให้เห็นถึงความสามารถและความรับผิดชอบต่อการตอบสนองความต้องการของพวกเขา (Dominici & Guzzo, 2010 อ้างถึงใน ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์, 2558)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรักษา

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมา ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการผลิต มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง แต่การบำรุงรักษาได้ถูกมองข้ามความสำคัญ จนกระทั่งภาคอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น ได้นำระบบการบริหารงาน และเทคนิคการผลิตของอเมริกามาใช้งาน ซึ่งในระยะต่อมา ผลิตภัณฑ์จากโรงงานของญี่ปุ่นได้เป็นที่ยอมรับกันในด้านคุณภาพที่เป็นเลิศ และได้ส่งออกไปสู่ประเทศอุตสาหกรรมทางซีกโลกตะวันตกในปริมาณมาก และโลกก็เริ่มให้ความสนใจในเทคนิคการบริหารงานแบบญี่ปุ่น ความคิดที่ว่า การปล่อยให้อุปกรณ์เครื่องจักรเดินใช้งานโดยขาดการดูแล เอาใจใส่อย่างจริงจังนั้น ไม่เหมาะสมเสียแล้ว แต่จะต้องทำให้สามารถผลิตของให้ได้ใกล้เคียงหรือถูกต้องตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ให้ได้ดีที่สุด ทั้งนี้เพื่อลดเปอร์เซ็นต์ผลิตภัณฑ์ชำรุด ไม่ได้มาตรฐาน

ให้ได้มากที่สุด ในขณะเดียวกัน ก็ได้ยอมรับกันว่า งานซ่อมบำรุงรักษานั้นจะต้องทำให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว เพื่อหลีกเลี่ยงการหยุดของเครื่องนาน ๆ และค่าใช้จ่ายที่สูงด้วย (ธีรพงษ์ ชันทอง, 2558)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามของพนักงานในบริษัท บุนรอดเอเชียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 152 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาสร้างแบบสอบถาม

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุนรอดเอเชียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อช่วยในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ มีดังต่อไปนี้

- 2.1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อใช้ในการจัดกลุ่ม หรือรวมกลุ่มตัวแปรของแต่ละปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกัน

- 2.2 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า หรือไม่

- 2.3 การวิเคราะห์ Independent Sample T-Test เพื่อทดสอบว่าปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า แตกต่างหรือไม่

- 2.4 การวิเคราะห์ F-Test เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป ในการทดสอบปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านตำแหน่งงาน ด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน และ

ด้านรายได้ และใช้ LSD (Least significant difference test) ทดสอบความแตกต่างรายคู่หากพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้า พบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 34 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการ/เจ้าหน้าที่ ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานส่วนใหญ่อยู่ที่ 1 – 5 ปี และส่วนใหญ่มียรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 10,000 – 20,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สามารถสรุปได้ ดังนี้

3.1 เพศ อายุ และระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคาและผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลจากการค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า พบว่า มีความพึงพอใจโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย สรุปได้ดังนี้

1. ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ์ วงษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ในด้านกระบวนการ เรื่อง การให้คำแนะนำในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินขณะอยู่บนเครื่องบิน อยู่ในระดับดีมากที่สุด ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและ

ซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า ในด้านกระบวนการ คือ การที่ขั้นตอนในการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรไม่ซับซ้อน ครบถ้วน ถูกต้อง เป็นไปตามกระบวนการขั้นตอนในระยะเวลาที่เหมาะสม มีการอธิบายและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

2. ด้านบุคคล (People) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ในด้านบุคคล เรื่อง บุคลากรมีกิริยาและมารยาทที่สุภาพในการให้บริการ อยู่ในระดับดีมากที่สุด ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า ในด้านบุคคล คือ การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพ เป็นมิตร มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้ความสามารถและกระตือรือร้นในการให้บริการ รวมไปถึงให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

3. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ในด้านลักษณะทางกายภาพ เรื่อง ความสบายของเก้าอี้โดยสาร อยู่ในระดับดีมากที่สุด ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า ในด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมในเรื่องของเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการให้บริการ มีมาตรฐานการรับรองความสามารถของผู้ให้บริการสามารถติดต่อผู้ให้บริการได้สะดวก ตรวจสอบราคาค่าบริการได้ และมีระยะเวลารับประกันหลังใช้บริการ

4. ด้านราคา (Price) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ในด้านราคา เรื่อง ราคาค่าโดยสารเหมาะกับเส้นทางการบิน อยู่ในระดับดีมากที่สุด ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า ในด้านราคา คือ การที่ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของบริการ ราคา

ถูกกว่าผู้ให้บริการเจ้าอื่น มีการให้เครดิตลูกค้า และกำหนดราคากับระยะเวลาในการชำระค่าบริการไว้ชัดเจน

5. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ในด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง เงื่อนไขด้านการลดราคาในแต่ละเที่ยวบิน อยู่ในระดับดีมากที่สุด ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า ในด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีการดูแลหลังการขาย และมีการจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาค่าบริการเมื่อแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ เป็นต้น

6. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง ความปลอดภัยในการเดินทาง อยู่ในระดับดีมากที่สุด ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า ในด้านผลิตภัณฑ์ คือ การที่ผู้ให้บริการมีบริการที่หลากหลาย มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ การให้บริการมีความรวดเร็วมีคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการมีความทันสมัย

7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่อง วิธีซื้อบัตรโดยสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับดีมากที่สุด ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้า ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การที่ผู้ให้บริการมีการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ มีเว็บไซต์และช่องทางการติดต่อที่ง่ายและสะดวกรวดเร็ว

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในบทที่ 4 ทั้ง 10 ข้อ สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกัน ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร มุ่งเน้นการซ่อมแซมและรักษาเครื่องจักรที่ชำรุดให้อยู่ในสภาพที่ใช้การได้ และมีสภาพพร้อมจะใช้งานอยู่ตลอดเวลา ทำให้งานที่ต้องใช้เครื่องจักรดำเนินไปได้ด้วยดี เป็นผลดีต่อการทำงานของลูกค้ายทั้งเพศชายและเพศหญิง จึงทำให้ลูกค้ายทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤฤทธิ์ วงษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่าง

2. อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกัน ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร มุ่งเน้นการซ่อมแซมและรักษาเครื่องจักรที่ชำรุดให้อยู่ในสภาพที่ใช้การได้ ทำให้งานที่ต้องใช้เครื่องจักรดำเนินไปได้ด้วยดี เป็นผลดีต่อการทำงานของลูกค้ายทุกช่วงอายุ จึงทำให้ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราพร วรเวชวิทยา (2559) เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช พบว่า อายุแตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช

3. ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD (Least significant difference test) พบว่า ลูกค้ายที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร น้อยกว่า ลูกค้ายที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า ลูกค้ายที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีความเข้าใจกระบวนการและขั้นตอนในการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรได้ดีกว่าลูกค้ายที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จึงอาจจะยอมรับข้อผิดพลาดบางอย่างที่เกิดขึ้นจากการบริการได้ จึงทำให้ลูกค้ายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤฤทธิ์ วงษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD (Least significant difference test) พบว่า 1) ลูกค้ายที่เป็นลูกจ้าง/ลูกจ้างชั่วคราว มีความพึงพอใจ

ในการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร น้อยกว่า ลูกค้าที่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ/เจ้าหน้าที่ 2) ลูกค้าที่เป็นพนักงานระดับผู้ช่วยผู้จัดการ/ผู้จัดการ มีความพึงพอใจในการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร น้อยกว่า ลูกค้าที่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ/เจ้าหน้าที่ ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า ลูกค้าที่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ/เจ้าหน้าที่ ได้ลงมือปฏิบัติงานร่วมกับผู้ให้บริการติดตั้งซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรมากที่สุด ทำให้มีความเข้าใจกระบวนการและขั้นตอนในการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรได้ดีกว่าลูกค้าที่เป็นลูกจ้าง/ลูกจ้างชั่วคราวและลูกค้าที่เป็นพนักงานระดับผู้ช่วยผู้จัดการ/ผู้จัดการ จึงอาจจะยอมรับข้อผิดพลาดบางอย่างที่เกิดขึ้นจากการบริการได้ จึงทำให้ลูกค้า ที่มีตำแหน่งงาน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรภัทร์ รุ่งมงคลทรัพย์ (2556) เรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอบีบี จำกัด พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกัน ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า การติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรเป็นหน้าที่ของผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์จากภายนอก ไม่ได้เป็นหน้าที่ของลูกค้าโดยตรง จึงทำให้ลูกค้า ที่มีระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรภัทร์ รุ่งมงคลทรัพย์ (2556) เรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอบีบี จำกัด พบว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน

6. รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ LSD (Least significant difference test) พบว่า 1) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร น้อยกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท 2) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร น้อยกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท 3) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจในการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร น้อยกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท 4) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจในการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร น้อยกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท 5) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีความพึงพอใจในการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร น้อยกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท 6) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจใน

การใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร น้อยกว่า ลูกค้ายที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ซึ่งลูกค้ายที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า ลูกค้ายที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่จะมีตำแหน่งงานเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ/เจ้าหน้าที่ ที่ได้ลงมือปฏิบัติงานร่วมกับผู้ให้บริการติดตั้งซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรมากที่สุด ทำให้มีความเข้าใจกระบวนการและขั้นตอนในการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรได้ดี จึงทำให้ลูกค้ายที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วังษ์มณฑา (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าย ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า การติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรมีความซับซ้อนและมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ทำให้ลูกค้ายเข้าใจกระบวนการได้ยาก ดังนั้น กระบวนการการให้บริการที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน จึงมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าย ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐฐา เสวกวิหारी (2560) ที่วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ

8. ปัจจัยด้านราคาและผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าย ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า ลูกค้ายให้ความสำคัญกับราคาที่ถูกเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการเจ้าอื่น อาจเพราะเครื่องจักรมีการชำรุด หรือเกิดการขัดข้องบ่อย จึงต้องใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรบ่อยตามไปด้วย ทำให้ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรค่อนข้างสูง ดังนั้น ราคาค่าบริการที่ถูกกว่าเจ้าอื่น จึงมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าย ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐฐา เสวกวิหारी (2560) ที่วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ พบว่า ปัจจัยด้านราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ

9. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าย ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า ปัจจุบันมีการแข่งขันทางด้านการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรเป็นจำนวนมาก การโฆษณาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้ายหรือผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงผู้ให้บริการและสามารถเลือกผู้ให้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังนั้น การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ จึงมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าย ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วังษ์มณฑา (2554) ที่วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของ

ผู้ให้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

10. ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่า ในกระบวนการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร ลูกค้าจำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เช่น การติดต่อ การให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร เป็นต้น ดังนั้น การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพ เป็นมิตร และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จึงมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรพร ธนสารโสภณ (2558) ที่วิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (Organic Beauty Product) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านพนักงาน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก(Organic Beauty Product)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยกว่าในด้านอื่น ๆ จึงควรกำหนดนโยบายด้านส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย และหากกลยุทธ์มาเพื่อปรับปรุงการบริการในด้านดังกล่าว เพื่อให้ให้ทุกด้านของการให้บริการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้สูงสุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี จึงควรอาศัยการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth interview) และการทำสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้มีข้อมูลเชิงลึกที่มากขึ้นกว่าที่มีในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลเป็นแนวทางปรับปรุง แก้ไข พัฒนาการให้บริการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ควรศึกษาเรื่องแรงจูงใจและอิทธิพลที่มีผลต่อการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรของลูกค้าในบริษัท บุญรอดเอเซียเบเวอเรจ จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี เนื่องจาก การศึกษางานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจจากผู้ที่เคยใช้บริการแล้ว ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิเคราะห์แรงจูงใจและอิทธิพลของลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้การวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กษิรัช สนนีเปล่งศรี. (2555). การปรับปรุงประสิทธิภาพการบำรุงรักษาเครื่องฆ่าเชื้อ : กรณีศึกษา บริษัทฟรีสแลนด์คัมพิน่า. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ขจรยศ แก้วภู่วัด. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านกาแฟฟฟี่ เวิลด์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ขวัญพงศ์ พันธุ์เจริญวรกุล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารที่ใช้โปรแกรมสั่งอาหารอัตโนมัติในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิราพร วรเวชวิทยา. (2559). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐฐา เสวกวิหารี. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารับดี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, พาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐปภัสร ศิริบุญญะพัฒน์. (2553). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรพงษ์ ชันทอง. (2558). การปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักร กรณีศึกษาสถานบริการก๊าซธรรมชาติ. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, วิศวกรรมศาสตร์.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นฤทธิ วงษ์มณฑา. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิรันดร์ วุฒิสักดิ์. (2558). การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักรผลิตกระดาษคราฟท์ ด้วย TPM กรณีศึกษา : โรงงานผลิตกระดาษคราฟท์. วิทยานิพนธ์ วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, วิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พรภัทร์ รุ่งมงคลทรัพย์. (2556). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอบีบี จำกัด. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ภัทรพร ธนสารโสภิต. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (Organic Beauty Product) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, พาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัชกฤต จิราตธนกฤตและธาริดา สกุลรัตน์. (2555). ส่วนผสมทางการตลาดบริการและความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยต่อการให้บริการของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- วีระพงษ์ ภูสงวาท. (2560). ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและเค รี่ อัง ตี๋ ม ชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีรวัฒน์ ฉัตรรุ่งนพคุณ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, พาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, พาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิชาติ นาควิมล. (2560). การพัฒนาระบบการจัดการบำรุงรักษาเครื่องจักรเพื่อลดการสูญเสียและเพิ่มประสิทธิภาพในสายการผลิต. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, วิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีน ห้วยเหี่ยว กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.