

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้แทนจำหน่ายในเขตภาคเหนือ ต่อการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย(ลำปาง)จำกัด โดยทำการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 140 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นกิจการแบบค้าปลีกและค้าส่งคิดเป็นร้อยละ 87.15 มีพนักงานประจำมากกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และมียอดขายรวมต่อปีในปีที่ผ่านมาโดยประมาณมากกว่า 100 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 32.16 รองลงมาคือมีรายได้ 41-60 ล้านบาท

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 83.58 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.72 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 62.14 ทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่คิดเป็นร้อยละ 52.86 ระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งหน้าที่ มากกว่า 2 ปีโดยเริ่มทำงานตั้งแต่ก่อนใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 72.14 ในส่วนของความรู้พื้นฐานในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้พื้นฐานอยู่แล้วคิดเป็น ร้อยละ 92.9 โดยโปรแกรมที่ผู้ตอบแบบมีความรู้พื้นฐานดีที่สุดคือ Microsoft Office Excel, Microsoft Office Word และ Microsoft Office PowerPoint ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความเข้าใจและรู้จักระบบการทำงานของระบบการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด และส่วนใหญ่ไม่เคยใช้ระบบการทำงานอื่นที่คล้ายกับระบบการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัดมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 78.57 ในส่วนของผู้ที่เคยใช้ส่วนใหญ่เคยใช้บริการการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

5.1.2 ความพึงพอใจจากการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด

ความพึงพอใจด้านความใส่ใจ(Empathy) ของการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด เมื่อพิจารณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในเกือบทุกปัจจัยย่อย ยกเว้น การชี้แจงให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับระบบบริการสั่งซื้อสินค้าและสามารถนำไปปฏิบัติได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในด้านความมั่นใจ(Assurance) เมื่อพิจารณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากเกือบทุกปัจจัยย่อย ยกเว้น พนักงานมีการพบปะสอบถามการให้บริการระบบสั่งซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม(Tangible) เมื่อพิจารณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากเกือบทุกปัจจัยย่อย ยกเว้น การส่งเสริมการขายต่างๆ ทำได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว เช่น การให้สินเชื่อ และจากระบบการสั่งซื้อสามารถเพิ่มกระแสเงินสดในระบบการขายสินค้าได้ดีขึ้น (กระแสเงินรับเร็วขึ้น) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในด้านการตอบสนองลูกค้า(Responsiveness) เมื่อพิจารณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ในทุกปัจจัยย่อย ยกเว้น มีข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าที่ทันสมัยและมีความถูกต้อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในส่วนของ การแก้ไขระบบบริการสั่งซื้อสินค้าเมื่อเกิดความเสียหายหรือข้อขัดข้องสามารถทำได้อย่างรวดเร็วมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในด้านความไว้วางใจ(Reliability) เมื่อพิจารณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ในทุกปัจจัยย่อย ยกเว้น อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้ามีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้, การให้บริการเกี่ยวกับการบริการสั่งซื้อสินค้า มีความไว้วางใจได้แม่นยำ ตามข้อตกลงในด้านความถูกต้องของชนิดสินค้าและปริมาณ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

5.1.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อระบบสั่งซื้อสินค้าแบบเดิม (ก่อนใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์) กับระบบสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

ด้านความใส่ใจ(Empathy) พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากเดิมมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วตอบสนองความต้องการในการใช้บริการสั่งซื้อสินค้า และ มีการส่งข่าวสารเกี่ยวกับระบบบริการสั่งซื้อสินค้าให้อย่างสม่ำเสมอ โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากความพึงพอใจน้อยเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจมาก ในส่วนของ การชี้แจงให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับระบบบริการสั่งซื้อสินค้าและสามารถนำไปปฏิบัติได้ พบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงระดับความพึงพอใจ (ปานกลาง)

ด้านความมั่นใจ(Assurance) พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากเดิมมากที่สุด คือ การจอบคองของบริษัทผ่านระบบบริการสั่งซื้อสินค้าสามารถตรวจสอบระบบและประสานงานได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว, การแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการบริการสั่งซื้อสินค้าทำได้

อย่างรวดเร็วความต้องการ และพนักงานมีการพบปะสอบถามการให้บริการระบบสั่งซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากความพึงพอใจน้อยเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจมาก

ด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม(Tangible) ปัจจัยย่อยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากเดิมมากที่สุด คือ ระบบบริการสั่งซื้อสินค้าสามารถลดการเก็บสินค้าคงคลังได้, สามารถลดขั้นตอนหรือกระบวนการส่งของไปยังลูกค้าช่วงได้, การทำบันทึกหรือรายการการสั่งซื้อต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันโดยอัตโนมัติ และสามารถรับข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ของบริษัทได้อย่างรวดเร็ว เช่น การจัดส่วนลดโดยมีการเปลี่ยนแปลงจากความพึงพอใจน้อยเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจมาก

ด้านการตอบสนองลูกค้า(Responsiveness) พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากเดิมมากที่สุด คือ มีข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าที่ทันสมัยและมีความถูกต้องมากขึ้น โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากความพึงพอใจน้อยเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจมากที่สุด ในส่วนของ การแก้ไขระบบบริการสั่งซื้อสินค้าเมื่อเกิดความเสียหายหรือข้อขัดข้องสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว พบว่า ไม่มีการเปลี่ยนแปลงระดับความพึงพอใจ (ปานกลาง)

ด้านความไว้วางใจ(Reliability) พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากเดิมมากที่สุด คือ การให้บริการเกี่ยวกับการบริการสั่งซื้อสินค้า มีความไว้วางใจได้แม่นยำ ตามข้อตกลงในด้านความถูกต้องของชนิดสินค้าและปริมาณ โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากความพึงพอใจน้อยเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจมากที่สุด และ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้ามีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีการเปลี่ยนแปลงจากความพึงพอใจปานกลางเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจมากที่สุด

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวม พบว่าระบบสั่งซื้อสินค้าแบบเดิม(ก่อนใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และเมื่อใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์มีความพอใจเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับมาก พิจารณาจากค่าเฉลี่ยในด้านต่างๆ พบว่า ด้านความมั่นใจ(Assurance), ด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (Tangible) และด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากเดิมมากที่สุด โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากความพึงพอใจน้อยเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจมาก และด้านด้านความใส่ใจ (Empathy) และด้านความไว้วางใจ (Reliability) มีการเปลี่ยนแปลงจากความพึงพอใจปานกลางเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจมาก

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษานี้จะอภิปรายผลตามแนวความคิดของ Parasuraman ซึ่งได้กล่าวถึง แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดคุณภาพการให้บริการ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ (Reliability) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (Tangible) ด้านความใส่ใจ (Empathy) และด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) เมื่อใช้บริการสั่งซื้อผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็นของคุณภาพในการให้บริการในด้านต่าง ๆ สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. **ด้านความใส่ใจ (Empathy)** เมื่อมีการนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด มาใช้ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดในประเด็น ความสะดวก รวดเร็วตอบสนองความต้องการในการใช้บริการสั่งซื้อสินค้า, มีการส่งข่าวสารเกี่ยวกับระบบบริการสั่งซื้อสินค้าให้อย่างสม่ำเสมอ, พนักงานบริษัทในระบบการสั่งซื้อสินค้าให้บริการอย่างรวดเร็ว และขั้นตอนการปฏิบัติในการใช้บริการสั่งซื้อสินค้าชัดเจนเข้าใจง่าย แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการในด้านความใส่ใจ เมื่อนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์มาใช้ ผู้ใช้บริการจะได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ และการติดต่อสื่อสารรวมทั้งการแลกเปลี่ยนข่าวสารและข้อมูลมากขึ้น ทำให้มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงสุดในส่วนของ ด้านความใส่ใจ ที่บริษัทต้องทำการปรับปรุง คือ การชี้แจงให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับระบบบริการสั่งซื้อสินค้าและสามารถนำไปปฏิบัติได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ธีรคติ นวรัตน์ ณ อุทยาน (2547) ได้กล่าวถึง การศึกษาของ Parasuraman และคณะว่าความใส่ใจ (Empathy) หมายถึง ความสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และสอดคล้องกับการศึกษาของกรรณา ตั้งศรีสุข (2543) ได้ศึกษาการนำระบบโปรแกรมสำเร็จรูป Fourth Shift MSS มาใช้งานด้านปฏิบัติการของบริษัท ฟรีโต เลย์ ประเทศไทย จำกัด พบว่า สามารถช่วยให้ข้อมูลและสารสนเทศที่ได้รับนั้นมีความถูกต้องและรวดเร็วมากขึ้น รวมทั้งเป็นไปในแนวทางเดียวกับการศึกษาของวัฒนชัย คล้ายจินดา (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของพนักงานบัญชีที่มีต่อระบบบัญชี เอส เอ พี ใน บริษัทผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด ผลการศึกษาพบว่าระบบบัญชี เอส เอ พี สามารถช่วยในด้านความถูกต้องและรวดเร็วทำให้มีความถูกต้องและรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งด้านข้อมูลข่าวสารที่พนักงานได้รับ ก็มีมากขึ้นด้วย จึงจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความใส่ใจของผู้ให้บริการและมีความพึงพอใจมากขึ้น

2. **ด้านความมั่นใจ (Assurance)** เมื่อมีการนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด มาใช้ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดในประเด็น ข้อมูลที่ส่งผ่านระบบบริการสั่งซื้อสินค้ามีความปลอดภัย, การจอบกของ บริษัทผ่านระบบบริการสั่งซื้อสินค้าสามารถตรวจสอบระบบและประสานงานได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับ

การบริการสั่งซื้อสินค้าทำได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องตามความต้องการ แสดงให้เห็นว่า ความมั่นใจของผู้ใช้บริการ เกิดจากความมั่นใจในอุปกรณ์และเครื่องมือ รวมทั้งความถูกต้องแม่นยำตามที่ตกลงไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ ชีริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547) ที่กล่าวถึง การศึกษาของ Parasuraman และคณะว่า ความมั่นใจ (Assurance) มักเกิดจากตัวบุคคลซึ่งเชื่อมโยงลูกค้ากับบริษัท โดยที่ ผู้ให้บริการต้องมีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ ซึ่งส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงปลอดภัย (Security) ผู้ใช้บริการจึงจะมีความมั่นใจในการใช้บริการ

3. ด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม(Tangible)เมื่อมีการนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด มาใช้ทำให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดในประเด็นการทํานันทหรือรายการการสั่งซื้อต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันโดยอัตโนมัติ, ระบบบริการสั่งซื้อสินค้าสามารถลดขั้นตอนหรือกระบวนการส่งของไปยังลูกค้าช่วงได้, ระบบบริการสั่งซื้อสินค้าสามารถลดการเก็บสินค้าคงคลังได้ รวมทั้งการรับข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ของบริษัทได้อย่างรวดเร็ว เช่น การจัดส่วนลด ซึ่งสอดคล้องกับ ชีริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547) ที่กล่าวถึง การศึกษาของ Parasuraman และคณะ ว่าการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (Tangible) หมายถึง สิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริการ ลูกค้าจะประเมินคุณภาพจากเครื่องแสดงทางกายภาพ หรือภาพลักษณ์ของบริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ปรากฏ เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุสื่อสารต่างๆ และยังสอดคล้องกับ กรุณา ตั้งศรีสุข (2543) ได้ศึกษาการนำระบบโปรแกรมสำเร็จรูป Fourth Shift MSS มาใช้งานด้านปฏิบัติการของบริษัท ฟรีโต เลย์ ประเทศไทย จำกัด พบว่า ระบบโปรแกรมสำเร็จรูป สามารถช่วยให้กระบวนการทำงานพัฒนาขึ้น โดยลดความซ้ำซ้อนของการป้อนข้อมูล

4. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) เมื่อมีการนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด มาใช้ทำให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดในประเด็น มีข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าที่ทันสมัยและมีความถูกต้อง การปฏิบัติงานสั่งซื้อสินค้าประจำวันทั่วไปได้รวดเร็วการบริการตรวจเช็คอุปกรณ์เกี่ยวกับการบริการสั่งซื้อสินค้าเป็นระยะจากบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กรุณา ตั้งศรีสุข (2543) ที่พบว่า ระบบโปรแกรมสำเร็จรูป มาใช้สามารถช่วยให้กระบวนการทำงานพัฒนาขึ้น โดยลดความซ้ำซ้อนของการป้อนข้อมูลและปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานในระบบมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อเทียบกับระบบเดิม รวมทั้งข้อมูลและสารสนเทศที่ได้รับนั้นมีความถูกต้องและรวดเร็วมากขึ้น และยังเป็นไปในแนวทางเดียวกับ เจษฎา ดวงไย (2543) ที่พบว่า การนำระบบสารสนเทศมาใช้ในหน่วยงานต้องมี ความสามารถในการเชื่อมโยงที่มีความเร็วถูกต้องแน่นอน และการมีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ที่มีความรู้เกี่ยวกับระบบเป็นอย่างดี จึงจะตอบสนองลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว

5.ด้านความไว้วางใจ (Reliability)เมื่อมีการนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด มาใช้ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดในประเด็น อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้ามีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ การให้บริการเกี่ยวกับการบริการสั่งซื้อสินค้า มีความไว้วางใจได้แม่นยำ ตามข้อตกลงในด้านความถูกต้องของชนิดสินค้าและปริมาณ และระบบบริการสั่งซื้อสินค้าให้บริการได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรรณา ตั้งศรีสุข (2543), วัฒนชัย คล้ายจินดา(2544) และเจษฎา ดวงใย (2543) ที่พบว่า ระบบโปรแกรมสำเร็จรูป และระบบสารสนเทศ สามารถช่วยให้อินด้านข้อมูลและสารสนเทศที่ได้รับนั้น มีความถูกต้องและรวดเร็วมากขึ้น รวมทั้งอุปกรณ์ต้องมีความพร้อม รวมทั้งการที่ตัวเครื่องและอุปกรณ์มีคุณภาพดี และมีระบบการป้องกันการเสียหายของข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ใช้บริการจึงจะเกิดความไว้วางใจและเกิดความพึงพอใจ

จากความพึงพอใจในด้านต่างๆที่กล่าวมาแดงว่าเมื่อมีการนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด มาใช้ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ในด้านความมั่นใจ(Assurance), ด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (Tangible) และด้านการตอบสนองลูกค้า(Responsiveness) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากเดิมมากที่สุด โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากความพึงพอใจน้อยเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ และคณะ(2541) ที่อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงาน ผู้ให้บริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการคือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดการนำระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System: MIS) มาใช้จะช่วยให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาไว้ด้วยกันอย่างเป็นระบบ และสามารถทำการประมวลผลข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการ ได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากข้อมูลถูกจัดเก็บ และบริหารเป็นระบบ ทำให้ผู้บริหารสามารถจะเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งช่วยลดค่าใช้จ่าย โดยช่วยให้ธุรกิจลดเวลาแรงงานและค่าใช้จ่ายในการทำงานลง ตลอดจนช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน ส่งผลให้ธุรกิจสามารถลดจำนวนคนและระยะเวลาในการประสานงานให้น้อยลง โดยผลงานที่ออกมาอาจเท่าหรือดีกว่าเดิม ซึ่งจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ

5.3 ข้อค้นพบ

จากการสรุปผลการวิเคราะห์พบข้อค้นพบดังนี้

- 1 พบว่าด้านความใส่ใจผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านความใส่ใจ (Empathy) โดยรวมอยู่ในระดับมากแต่ในปัจจัยย่อย ต้องชี้แจงให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับระบบบริการสั่งซื้อสินค้าและสามารถนำไปปฏิบัติได้
- 2 พบว่าด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม ระบบบริการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทโดยรวมอยู่ในระดับมากแต่ในปัจจัยย่อย คือ การส่งเสริมการขายต่างๆ และการสร้างความสามารถเพิ่มกระแสเงินสดในระบบการขายสินค้ายังต้องปรับปรุงให้เกิดความเข้าใจ
- 3 พบว่าความพึงพอใจการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่ทำได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ในทุกขนาดของกิจการ ยกเว้น ขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงาน 41- 50 คน
- 4 พบว่าเมื่อระบบเกิดความเสียหาย ยังแก้ไขได้ไม่ดันทัก
- 5 พบว่าลูกค้ายอมรับและมีความพอใจอย่างสูงที่ข้อมูลมีความทันสมัยและถูกต้องหลังจากเปลี่ยนมาใช้ระบบสั่งซื้อเครือข่าย
- 6 พบว่าลูกค้ามีความไว้วางใจเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าที่มีความแม่นยำตามข้อตกลง และมีความถูกต้องตามชนิดของสินค้า รวมถึงอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้
- 7 พบว่าในกิจการค้าส่ง ลูกค้ามีความไม่พอใจในหน้าจอของบริการสั่งซื้อสินค้าที่สามารถเข้าใจได้ง่าย
- 8 พบว่ากิจการค้าปลีกและค้าส่ง ยังไม่มีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับระบบการสั่งซื้อสินค้าและไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างชัดเจน ส่วนกิจการขนาดมากกว่า 50 คนมีความเข้าใจที่ชัดเจนพอ
- 9 พบว่ากิจการทุกขนาด ยังไม่พึงพอใจในการส่งข่าวสารเกี่ยวกับระบบสั่งซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ยกเว้นขนาดกิจการที่มี 21-30 คน และ 41-50 คน
- 10 พบว่าในกิจการที่มีกำลังพลทุกขนาดมีความมั่นใจเกี่ยวกับความปลอดภัยกับข้อมูลที่ผ่านระบบการสั่งซื้อ ยกเว้น ขนาดของกิจการที่มากกว่า 41 คนขึ้นไป
- 11 พบว่าผลกระทบจากการใช้ระบบสั่งซื้อเครือข่ายคอมพิวเตอร์ สรุปผลได้เป็น 2 กรณี ดังนี้
 - 1) ลดความซ้ำซ้อนหรือขั้นตอนการสั่งซื้อได้มาก
 - 2) เพิ่มความรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า
 - 3) ช่วยลดจำนวนพนักงานปฏิบัติการ
 - 4) ช่วยค้นหาข้อมูลที่จำเป็นในการปฏิบัติงานได้มากขึ้น

- 5) กระบวนการสั่งซื้อทำได้ง่ายขึ้น
- 6) มีความถูกต้องของข้อมูลดีขึ้น
- 7) มีความปลอดภัยของข้อมูลมากขึ้น

ด้านที่ต้องปรับปรุง

- 1) ฝ่ายบริหารของลูกค้ายังใช้ข้อมูลของระบบในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆได้น้อย เช่น วิเคราะห์การขาย เป็นต้น
 - 2) การสั่งซื้อผ่านระบบเครือข่ายยังไม่มีระบบสำรองข้อมูลให้กับลูกค้าได้ดีพอ
- 12 พบว่าปัญหาของการใช้ระบบที่สำคัญมีดังนี้
- 1) ระบบการสั่งซื้อบางครั้งเกิดปัญหาการทำงานด้านการเชื่อมโยงข้อมูลและความช่วยเหลือล่าช้า
 - 2) อุปกรณ์การทำงานมีจำนวนไม่เพียงพอเพิ่มขีดความสามารถของคอมพิวเตอร์ไม่ได้
 - 3) ระบบการสั่งซื้อผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์มีการล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการ มีความยืดหยุ่นน้อย และมักเกิดปัญหาการทำงานบ่อยครั้ง
 - 4) ควรเพิ่มความรู้ ความเข้าใจของบุคลากรให้มีความชำนาญมากขึ้น (เพิ่มการอบรมให้กับพนักงานของลูกค้า)
 - 5) เมื่อเกิดปัญหาระหว่างการใช้งานควรมีรายการช่วยเหลือในตัวระบบเอง รวมถึงควรมีคู่มือใช้งานที่ชัดเจน

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ได้ สามารถสรุปแนวทางเพื่อเป็นข้อเสนอแนะดังนี้

- 1) บริษัทควรควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับระบบการสั่งซื้อให้กับลูกค้าที่สนใจหรือพนักงานของลูกค้าที่เข้าทำงานใหม่ให้มีความเข้าใจดียิ่งขึ้น และควรจัดทำคู่มือการใช้งานเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการสั่งซื้อสินค้าที่ชัดเจน รวมทั้งมีศูนย์ประสานงาน (Information center) เพื่อตอบข้อซักถามในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหา ในบางกรณีอาจส่งบุคลากรที่เกี่ยวข้องเข้าไปชี้แจง และแนะนำขั้นตอนโดยละเอียดให้กับกิจการที่ต้องการความช่วยเหลือ เช่น กิจการขนาดเล็ก รวมถึงกิจการค้าส่งและค้าปลีก
- 2) บริษัทควรพิจารณาการออกแบบหน้าจอในการสั่งซื้อสินค้าให้ใช้งานได้ง่ายและควรเปลี่ยนระบบสำรองข้อมูลจากส่วนกลางมาประจำที่โรงงาน เพื่อเพิ่มเสถียรภาพและความคล่องตัวในการจัดการข้อมูล รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของอุปกรณ์ให้ทันสมัย ให้สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

- 3 บริษัทควรชี้แจงให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจในระบบบริการสั่งซื้อสินค้าและสามารถนำไปปฏิบัติได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงควรเพิ่มกิจกรรมการส่งเสริมการขายโดยผ่านระบบการสั่งซื้อสินค้าเพื่อสามารถส่งข่าวสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจในการสั่งซื้อสินค้า เช่น ข้อมูลการขึ้นราคาสินค้า การให้ส่วนลดลูกค้า โปรโมชันการสั่งซื้อสินค้า อย่างสม่ำเสมอและเพียงพอ
- 4 บริษัทควรชี้แจงว่าระบบการสั่งซื้อมีมาตรฐานความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลและรักษาความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี บริษัทควรจัดการระบบการสั่งซื้อให้มีเสถียรภาพทั้งการเชื่อมโยงข้อมูลและความรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหา

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ใช้ในการประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจ ที่มีข้อจำกัดด้านเวลา จึงได้ทำการศึกษาความพึงพอใจระบบการสั่งซื้อผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในเขตภาคเหนือเท่านั้น และใช้ทฤษฎีความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการเพียงทฤษฎีเดียว ดังนั้นหากใช้ทฤษฎีอื่นเข้ามาประกอบการศึกษา อาจทำให้ผลที่ได้จากการศึกษาเปลี่ยนแปลงจากนี้ได้

การศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาทั้งในด้านกว้างและด้านลึกเพิ่มเติม ได้แก่ ในด้านกว้างควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกับระบบเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและข้อแตกต่าง ที่ใช้ระบบเครือข่ายเชื่อมโยงภายในระหว่างหน่วยงาน(Intranet) ในเชิงลึกควรทำการศึกษาให้ครอบคลุมทั้งระบบ ตั้งแต่ ความสามารถในการควบคุมต้นทุนการผลิต การบริหารการจัดส่งสินค้า (ระบบ Logistic) และผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มยอดขาย อันนำไปสู่การเพิ่มแนวทางในการปรับปรุง ความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มความรวดเร็วในระบบตลาด (Speed to Market) ให้มากยิ่งขึ้น