

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการติดตั้ง และซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าของบริษัท สิริเอ็นจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัด เป็นการศึกษาความพึงพอใจในปัจจุบันระหว่างการตลาดบริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ของบริษัท สิริเอ็นจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัด รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากลูกค้า จำนวน 69 ราย สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลูกค้าประเภทกิจการโรงงาน อุตสาหกรรม และรับเหมาก่อสร้าง ร้อยละ 33.33 มีทุนจดทะเบียนสูงกว่า 5 ล้านบาท ร้อยละ 40.58 เปิดดำเนินกิจการมากกว่า 7 ปี ร้อยละ 36.23 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ มี ร้อยละ 40.58 มีอายุงานมากกว่า 3 ปี ร้อยละ 55.07

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า

จากผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในการใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าของบริษัท สิริเอ็นจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่เคยใช้บริการมากกว่า 3 ปี ร้อยละ 30.43 ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการด้านการผลิตหรือติดตั้งตู้ MDB , DB ร้อยละ 68.12 เหตุผลในการเลือกใช้บริการ คือความสามารถของบุคลากร ร้อยละ 69.57 และผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจมากที่สุดในการเลือกใช้บริการ ได้แก่เจ้าของกิจการ ร้อยละ 49.28

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ของบริษัท สิริ เอ็นจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัด

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า โดยรวม

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนระหว่างการตลาดบริการของบริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า โดยพบว่าความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน

ระดับ สูง ซึ่งเมื่อสรุปความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านสรุปได้ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก

ด้านราคา (Price) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมในระดับมาก โดยด้านค่าบริการในการรับปรึกษามีความเหมาะสม ค่าบริการในการติดตั้งสินค้ามีความเหมาะสม ค่าอุปกรณ์สินค้าอยู่ในงบประมาณที่กำหนด ค่าบริการในการบำรุงรักษาต่อครั้งมีความเหมาะสม ค่าบริการในการซ่อมสินค้ามีความเหมาะสม และค่าอุปกรณ์อะไหล่สินค้ามีความเหมาะสม มีความพึงพอใจในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านค่าบริการในการออกแบบระบบไฟฟ้ามีความเหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง โดยด้านสามารถติดต่อเพื่อรับบริการ ได้ง่าย มีความพึงพอใจระดับมาก แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านมีหน่วยงานที่รับแจ้งปัญหา และสถานที่ติดต่อของบริษัทผู้ให้บริการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ง่ายต่อการเดินทาง ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง โดยการแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงานขายพึงพอใจระดับมาก แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านมีการลดราคาสินค้า และค่าบริการ และมีการเชื่อมโยงลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีความพึงพอใจระดับน้อยในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ

ด้านบุคลากร (People) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก

ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านกระบวนการโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า (Physical Evidence) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ของบริษัท สิริ เอนจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัด จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

จำแนกตามจำแนกตามประเภทกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวมระดับมาก ยกเว้น ลูกค้าอื่น ๆ ได้รับเหมาระบบไฟฟ้า มีความพึงพอใจโดยรวมระดับปานกลาง โดยพบว่าลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรม มีความพึงพอใจมากในทุกปัจจัย ลูกค้ารับเหมาก่อสร้าง ร้านค้าและที่พักอาศัย มีความพึงพอใจมากในทุกปัจจัย ยกเว้นด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจระดับปานกลาง และลูกค้าอื่น ๆ ได้รับเหมาระบบไฟฟ้ามีความพึงพอใจปานกลางในทุกปัจจัยยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากรมีความพึงพอใจระดับมาก

จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวมระดับมาก โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการต่ำกว่า 1 ล้านบาท 1-2.99 ล้านบาท 3-4.99 ล้านบาท และสูงกว่า 5 ล้านบาท มีความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดทุกด้าน ระดับมากยกเว้นมีความพึงพอใจระดับปานกลางใน ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อบริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ของบริษัท สิริ เอนจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัด

จากผลการศึกษาปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อบริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบ

ไฟฟ้า ของบริษัท สิริ เอนจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัด โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในเรื่องที่ จอดรถบริษัทไม่สะดวก จำนวนมากที่สุด รองลงมาคือค่าบริการในการบำรุงรักษาแพงกว่าที่อื่น ๆ ระบบซับซ้อนยากต่อการใช้งาน ค่าซ่อมและอะไหล่แพงกว่าที่อื่น ๆ ไม่สามารถติดต่อบริษัทได้ กรณีเกิดปัญหา และกระบวนการในการให้บริการช้า ตามลำดับ

อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาจากการสรุปผลการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ของบริษัท สิริ เอนจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัด โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ พบว่า

ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยเมื่อทำการเรียงลำดับพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้าน ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธีระ จันทรวิจิตรกุล(2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองมาคือ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของผลการศึกษาของวรชาติ ต้นดิवाจา (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดต้นตอโตเมชั่น พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับแรกคือการรับผิดชอบต่อความเสียหายของกิจการลูกค้ากรณีที่เกิดจากอุปกรณ์ของบริษัท ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธีระ จันทรวิจิตรกุล(2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าอันดับแรกได้แก่ ความคงทนต่อการใช้งานของหม้อแปลงไฟฟ้าและการให้บริการหลังการขายที่รวดเร็ว และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรชาติ ต้นดิवाจา (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดต้นตอโตเมชั่น พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในด้านความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราสัญลักษณ์ที่จัดจำหน่าย

ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอันดับแรกคือค่าอุปกรณ์อะไหล่สินค้ามีความเหมาะสม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีระ จันทรวิจิตรกุล(2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าอันดับแรกได้แก่ ระดับราคาขายหม้อแปลงไฟฟ้า สามารถต่อรองราคาได้ และระยะเวลาการชำระเงิน และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรชาติ ต้นดิवाจา (2545) ศึกษาเรื่อง

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดตันตืออโตเมชั่น พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยด้านราคาในด้านวิธีการชำระเงิน

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจอันดับแรกในด้านสามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธีระ จันทน์วิจิตรกุล(2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าอันดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับผู้ผลิต ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรชาติ ตันติวาจา (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดตันตืออโตเมชั่น พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยด้านสถานที่ในด้านความสะดวกในการติดต่อประสานงาน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจอันดับแรกในด้านมีการลดราคาสินค้า และค่าบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรชาติ ตันติวาจา (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดตันตืออโตเมชั่น พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย

นอกจากนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจอันดับต่ำสุดในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรชาติ ตันติวาจา (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดตันตืออโตเมชั่น พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่ำสุดต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ

ด้านบุคลากร

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าองค์กรมีความพึงพอใจอันดับแรกในด้านพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธีระจันทน์

วิจิตรกุล(2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าอันดับแรกได้แก่ ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย

ด้านกระบวนการ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจอันดับแรกคือความถูกต้องในการบริการซ่อมแซมระบบไฟฟ้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของของธีระ จันทรวิจิตรกุล(2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าอันดับแรกได้แก่ ความพร้อมและความรวดเร็วในการจัดส่ง

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจอันดับแรกคืออุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย

ปัญหาในการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในด้านที่จอร์นบริษัทไม่สะดวกมากที่สุด รองลงมาคือค่าบริการในการบำรุงรักษาแพงกว่าที่อื่น ๆ ระบบซับซ้อนยากต่อการใช้งาน ค่าซ่อมและอะไหล่แพงกว่าที่อื่น ๆ ไม่สามารถติดต่อบริษัทได้กรณีเกิดปัญหาและกระบวนการในการให้บริการช้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรชาติ ต้นติวาจา (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดต้นต้อโตเมชั่น พบว่าลูกค้ามีปัญหาในเรื่องราคาจำหน่ายของสินค้า และระยะเวลาในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อจนได้รับสินค้า

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าของบริษัท ศิริ เอนจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัดมีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1. ส่วนลดในการให้บริการไม่ใช่เหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าของบริษัท ศิริเอนจิเนียริง ซิสเต็มส์
2. ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับน้อยต่อการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ

3. ลูกค้ารับเหมาระบบไฟฟ้า มีความพึงพอใจระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในขณะที่ลูกค้าประเภทอื่น มีความพึงพอใจระดับมาก
4. ลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรม มีความพึงพอใจระดับมาก ต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ในปัจจัยย่อยการมีหน่วยงานที่รับแจ้งปัญหา ในขณะที่ลูกค้าประเภทอื่นมีความพึงพอใจระดับปานกลาง
5. ลูกค้ารับเหมาระบบไฟฟ้า มีความพึงพอใจระดับน้อย ในปัจจัยย่อยค่าบริการในการรับปรึกษา มีความเหมาะสม และค่าบริการในการออกแบบระบบไฟฟ้ามีความเหมาะสม
6. ลูกค้าประเภทรับเหมาก่อสร้าง และประเภทร้านค้า ที่พักอาศัย มีความพึงพอใจระดับน้อยต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ
7. ลูกค้ารับเหมาระบบไฟฟ้ามีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด ต่อปัจจัยย่อยคำแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงานขาย ในขณะที่ลูกค้าประเภทอื่นมีความพึงพอใจระดับมาก
8. ลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนทุกช่วงยกเว้น ต่ำกว่า 1 ล้านบาท มีความพึงพอใจระดับน้อย ต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ
9. ลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนสูงกว่า 5 ล้านบาท มีความพึงพอใจระดับปานกลางต่ออุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัยสูง ในขณะที่ลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนในช่วงอื่นๆ มีความพึงพอใจระดับมาก
10. ลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมมีความพึงพอใจมากที่สุด ในทุกกลุ่ม แสดงถึงจุดเด่นว่าบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรมได้ดีที่สุด

ตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการติดตั้งและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ของบริษัท สิริเอนจิเนียริง ซิสเต็มส์ มากที่สุด และน้อยที่สุด 10 อันดับ

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจมากที่สุด 10 อันดับ	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจน้อยที่สุด 10 อันดับ
<ol style="list-style-type: none"> 1. การรับผิดชอบต่อความเสียหายของกิจการลูกค้ากรณีที่เกิดจากอุปกรณ์ของบริษัท 2. การรับผิดชอบต่อความเสียหายของกิจการลูกค้ากรณีที่เกิดจากการปฏิบัติงานของบริษัท 3. ระบบไฟฟ้าสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง 4. มีการรับประกันการบริการ 5. มีการรับประกันอุปกรณ์และระบบ 6. ความถูกต้องในการบริการซ่อมแซมระบบไฟฟ้า 7. การติดตั้งระบบตรงตามรูปแบบที่กำหนดหรือออกแบบไว้ 8. การซ่อมบำรุงตรงตามเวลาและตามรูปแบบที่กำหนดไว้ 9. ความสามารถในการแก้ปัญหา 10. ความถูกต้องในการบริการติดตั้งระบบไฟฟ้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ 2. สถานที่ติดต่อของบริษัทผู้ให้บริการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ง่ายต่อการเดินทาง 3. มีการเยี่ยมชมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ 4. มีหน่วยงานที่รับแจ้งปัญหา 5. มีการลดราคาสินค้า และค่าบริการ 6. ค่าบริการในการออกแบบระบบไฟฟ้ามีความเหมาะสม 7. ค่าบริการในการรับประกันมีความเหมาะสม 8. จำนวนของพนักงานในการให้บริการมีเพียงพอ 9. มีคู่มืออธิบายขั้นตอนการทำงานของอุปกรณ์ที่ติดตั้ง 10. ค่าบริการในการซ่อมสินค้ามีความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงระบบการให้บริการติดตั้ง และซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ของบริษัท ศิริ เอนจิเนียริง ซิสเต็มส์ จำกัด โดยดูจากระดับความพึงพอใจที่ต่ำดังนี้

1. เมื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในปัจจัยย่อยอื่น ๆ จะพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเฉลี่ยน้อยที่สุดในด้าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เนื่องจาก การทำการตลาดเดิมของบริษัทใช้วิธีการเน้นการตลาดแบบปากต่อปาก เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักบริษัท หรือมีพนักงานขายนำเสนอสินค้าตามบริษัทต่าง ๆ แต่ไม่ได้ใช้สื่อในการช่วยในการประชาสัมพันธ์มากนัก จึงควรที่จะปรับกลยุทธ์การโฆษณา ดังนี้

- ใช้สื่อในการเข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น โดยมีการใช้สื่อที่เข้าถึงง่าย สำหรับกลุ่มลูกค้าเช่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งจะจัดทำ Website ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ข่าวสารด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ

- มีระบบในการติดต่อสองทางกับลูกค้าเช่น กระดานข่าวเพื่อเปิดให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อสงสัยได้

- ทำการจัดเก็บอีเมลลูกค้าลงฐานข้อมูล เพื่อกระจายข่าวสารทางอีเมล ในกรณีที่มีสินค้าใหม่

- ใช้สื่อช่วยในการหาลูกค้าใหม่ โดยอาจจะมีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเช่น หนังสือพิมพ์เกี่ยวกับธุรกิจ หรือวารสารเกี่ยวกับการผลิต หรือวารสารสำหรับผู้ประกอบการ เป็นต้น

2. เนื่องจากลูกค้ามีความพึงพอใจต่อทำเลที่ตั้งและสถานที่ในการติดต่อ ในระดับปานกลาง แต่เมื่อคิดค่าเฉลี่ยเทียบกับปัจจัยย่อยอื่น ถือว่าต่ำกว่าปัจจัยย่อยอื่น ๆ มาก ดังนั้นควรจะมีการปรับปรุงด้านสถานที่ติดต่อ ดังนี้

- มีการเพิ่มสาขาในการติดต่อให้อยู่ในทำเลที่ดี และใกล้ลูกค้า โดยอาจจะทำการแบ่งเขตการรับผิดชอบ และสร้างสาขาที่อยู่ในโซนที่สามารถติดต่อลูกค้าได้สะดวก เพื่อความรวดเร็วในการติดต่อลูกค้า และความรวดเร็วต่อทีมซ่อมบำรุงด้วย

- เปลี่ยนกลยุทธ์ในการติดต่อ เมื่อลูกค้าต้องการติดต่อกับบริษัทให้พนักงานขายเป็นคนเข้าไปเสนอผลงานลูกค้าถึงบริษัท เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า หรือถ้าลูกค้าต้องการดูของตัวอย่าง ควรให้พนักงานขายเป็นคนพาลูกค้าเข้ามายังบริษัท

- ติดต่อโรงงานที่ได้ทำการให้บริการ โดยขอให้เป็นโรงงานอ้างอิง (Site Reference) ในกรณีที่ลูกค้าต้องการดูสินค้าตัวอย่าง สามารถพาไปดูยังโรงงานที่อยู่ใกล้ ๆ กันได้

3. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการเยี่ยมชมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ในระดับปานกลาง ดังนั้นควรจะมีการปรับกลยุทธ์ในการเข้าหาลูกค้าดังนี้

- จัดพนักงานขายให้ติดต่อหาลูกค้าอย่างน้อยเดือนละครั้งโดยทำการติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ก่อน เมื่อลูกค้ามีปัญหา ให้พนักงานขายเข้าไปติดต่อเพื่อคุยกับลูกค้าโดยตรง เพื่อแสดงความเอาใจใส่
- เมื่อมีสินค้าใหม่ แม้ว่าจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่าน E-mail แล้วควรให้พนักงานขายเข้าไปนำเสนอลูกค้าโดยตรง
- กรณีที่มีเทคโนโลยีใหม่ หรือ Trend ใหม่สำหรับเทคโนโลยีระบบไฟฟ้า ให้จัดอบรมให้แก่ลูกค้า อย่างน้อยปีละครั้ง
- รวบรวมปัญหาที่เกิดขึ้น และวิธีการแก้ปัญหาเบื้องต้น อบรมแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

4. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการมีหน่วยงานในการรับแจ้งปัญหาในระดับปานกลาง ดังนั้นควรทำการเพิ่มหน่วยงานในการรับแจ้งปัญหาดังนี้

- จัดทำ Call Center ในการรับแจ้งปัญหา โดยการแบ่งงานเป็นกะ โดยมีเบอร์ที่สามารถรับแจ้งปัญหาได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- หน่วยงานรับแจ้งปัญหาควรทำการแก้ปัญหาเบื้องต้นโดยการสอบถามปัญหา และให้ลูกค้าแก้ปัญหาเบื้องต้นก่อนทางโทรศัพท์ ถ้าไม่สามารถแก้ปัญหาได้ให้นำข้อมูลส่งต่อให้แก่แผนกซ่อมบำรุง

5. ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการมีส่วนลดสินค้าและค่าบริการในระดับปานกลาง ดังนั้นควรทำการจัดทำส่วนลดและค่าบริการแก่ลูกค้าดังนี้

- มีส่วนลดสำหรับค่าบริการให้แก่ลูกค้าเก่า ในกรณีที่สินค้าไม่เสียหายในปีก่อน และเป็นลูกค้าที่มีระยะเวลานาน เป็นการรักษาลูกค้าเก่า
- ทำการเก็บข้อมูลในการใช้สินค้า ความถี่ในการซ่อมบำรุงของลูกค้าแต่ละราย และนำมาจัดการส่งเสริมการตลาด โดยมีส่วนลดสำหรับสินค้า และค่าบริการที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าแตกต่างกัน โดยดูจากพฤติกรรมในการใช้สินค้าและบริการ เนื่องจากจำนวนลูกค้ามีไม่มากจึงสามารถจัดการส่งเสริมการตลาดรายบริษัทได้ง่าย

6. ลูกค้ามีความพึงพอใจด้าน ค่าบริการในการออกแบบระบบไฟฟ้ามีความเหมาะสมในระดับปานกลาง ดังนั้นสามารถทำการเพิ่มความพึงพอใจในด้านนี้แก่ลูกค้าโดย

- ทำการลดหรือยกเลิกค่าบริการในการออกแบบระบบไฟฟ้าในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าและบริการ

- ทำการออกแบบจัดทำระบบไฟฟ้าให้เป็นมาตรฐานที่สามารถใช้ได้หลาย ๆ โรงงานและร้านค้า เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการปรับเปลี่ยนแก้ไขแบบให้เหมาะสมกับแต่ละโรงงานและร้านค้า เป็นการลดต้นทุนในการออกแบบ และสามารถลดราคาค่าบริการในการออกแบบระบบไฟฟ้าได้

7. ลูกค้ารู้สึกว่ามีจำนวนที่จอดรถมีน้อยเกินไป สามารถแก้ปัญหาโดยทำการเพิ่มที่จอดรถเพื่อให้ลูกค้าติดต่อสะดวก หรือเตรียมที่จอดสำหรับลูกค้าโดยเฉพาะ ส่วนพนักงานในบริษัทให้หาที่จอดที่อื่น

8. ลูกค้ารู้สึกว่าการให้บริการในการบำรุงรักษาแพงกว่าที่อื่น ๆ ดังนั้นสามารถแก้ปัญหาได้โดย การเพิ่ม Value ให้แก่บริการ เช่น การเพิ่มความถี่ในการตรวจเช็คอุปกรณ์ เพิ่มการรับประกันการซ่อมอุปกรณ์ให้สามารถใช้งานได้ภายในกำหนดเวลา เพิ่มส่วนลดในการซื้ออุปกรณ์ของบริษัทกรณีที่ลูกค้าในการซ่อมบำรุงรักษา

9. ควรขยายตลาดไปยังลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากสามารถตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มนี้ได้มากที่สุด ดังนั้น ควรใช้กลยุทธ์การขยายตลาดดังนี้

- ควรเพิ่มจำนวนสินค้าที่ขาย โดยเพิ่มสินค้าสำหรับลูกค้ากลุ่ม โรงงานอุตสาหกรรม หาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพิ่มตอบสนองลูกค้ากลุ่มนี้ โดยเริ่มเน้นการนำเสนอไปยังลูกค้าเก่าก่อน

- ควรหาลูกค้าใหม่โดยเน้นกลุ่ม โรงงานอุตสาหกรรม โดยขยายพื้นที่ไปเพื่อให้ครอบคลุมจังหวัดโดยรอบเช่น ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ ชลบุรี อุทรยา สระบุรี ระยอง เป็นต้น แล้วจึงครอบคลุมบริเวณทั้งภาคกลางและภาคตะวันออก ซึ่งบริเวณเหล่านี้เป็นบริเวณที่มีนิคมอุตสาหกรรมจำนวนมาก

- ใช้การจัดสัมมนา อบรมด้านเทคโนโลยี และแสดงสินค้าที่จำหน่าย โดยจัดตามนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยการเชิญผู้มีหน้าที่ตัดสินใจในโรงงาน ในกลุ่มนิคมอุตสาหกรรมนั้น มารับฟัง พร้อมทั้งจัดการลดราคาสำหรับลูกค้าที่มารับฟังด้วย