



รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

Satisfaction of Service Users of TOT Public Company Limited,

Service center Thaphra branch.

โดย

นายจรรยา อติชาติพงศ์พันธ์ รหัสนักศึกษา 5904300327

นางสาวบุญยวีร์ เยี่ยมพิเศษกุล รหัสนักศึกษา 6004300061

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

Satisfaction of Service Users of TOT Public Company Limited,
Service center Thaphra branch.

รายชื่อนักศึกษา

นายขจรยศ อติชาติพงศ์พันธ์ รหัสนักศึกษา 5904300327

นางสาวบุญยวีร์ เขี่ยมพิเศษกุล รหัสนักศึกษา 6004300061

ภาควิชา

การจัดการทั่วไป

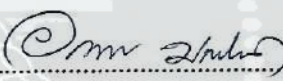
อาจารย์ที่ปรึกษา

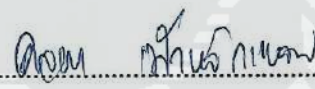
อาจารย์โสภิตา ทะสังขา

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการจัดการทั่วไป
ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบโครงการ


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์โสภิตา ทะสังขา)


.....กรรมการกลาง
(อาจารย์เอกภพ มณีนารถ)


.....พนักงานที่ปรึกษา
(คุณดลภา เป้าหลักแหลม)


.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ
 หน่วยกิต: 5
 ผู้จัดทำ: นายขจรยศ อติชาติพงศ์พันธ์ รหัสนักศึกษา 5904300327
 นางสาวบุญยวีร์ เขี่ยมพิเศษกุล รหัสนักศึกษา 6004300061
 อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์โสภิตา ทะสังขา
 ระดับการศึกษา: บริหารธุรกิจบัณฑิต
 สาขาวิชา: การจัดการทั่วไป
 คณะวิชา: บริหารธุรกิจ
 ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา: 3/2561

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Excel สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}=4.32$) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}=4.25$) ถัดมาคือด้านราคา มีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) และด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ / ผู้ใช้บริการ / บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

Project Title: The Satisfaction of Service User TOT Public Company Limited

Service Center Thaphra branch

Credits: 5

Provider: Mr. Kajoryos Atichatpongpun 5904300327

Miss. Boonyavee Yiampisetkul 6004300061

Advisors: Mrs. Sopida Thasangkha

Education: Bachelor of Business Administration

Branch: General Management

Faculty: Business administration

Semester/Academic Year: 3/2561

Abstract

The purpose of this research was to know the satisfaction level of service users of TOT Public Company Limited Service center, Thaphra branch. There were 100 respondents. The data was analyzed by using Microsoft Excel computer program. The statistics used in the analysis were percentage, standard deviation and average.

The results showed that the level of satisfaction of service users of TOT Public Company Limited Service center, Thaphra branch was high in overall ($\bar{X}=4.20$). When considered in each aspect, It was found that the level of satisfaction in all aspects were high. The level of satisfaction in the aspects of marketing promotion was the high ($\bar{X}=4.32$), followed by the aspects of marketing channel ($\bar{X}=4.25$), price of product ($\bar{X}=4.10$) and quality of product ($\bar{X}=3.99$).

Keywords : The satisfaction / Service user / TOT Public Company Limited

Approved by



กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

จากการที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2562 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ที่มีค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษานับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. อาจารย์โสภิตา ทะสังขา อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา
2. คุณอุไร มุลทองขุน ผู้จัดการสาขา ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ
3. คุณชลภา เป้าหลักแหลม นักบริหารงานพาณิชยระดับ 7
4. คุณวัลยา สุขสุจริตพร นักบริหารงานพาณิชยระดับ 5

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งคณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ
นายจรรยาศ อติชาติพงศ์พันธ์
นางสาวบุญยวีร์ เขี่ยมพิเศษกุล

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2

บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ.....	3
2.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ.....	3
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค.....	3
2.4 ทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้า 4P.....	6
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	8
3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร.....	11
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร.....	13
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	15
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	16
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	16
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	16
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	17

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการสหกิจศึกษา

4.1 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการสหกิจศึกษา.....	19
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	20

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการสหกิจศึกษา.....	25
5.2 สรุปผลการทำโครงการสหกิจศึกษา.....	25
5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	26
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	27
บรรณานุกรม.....	28

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

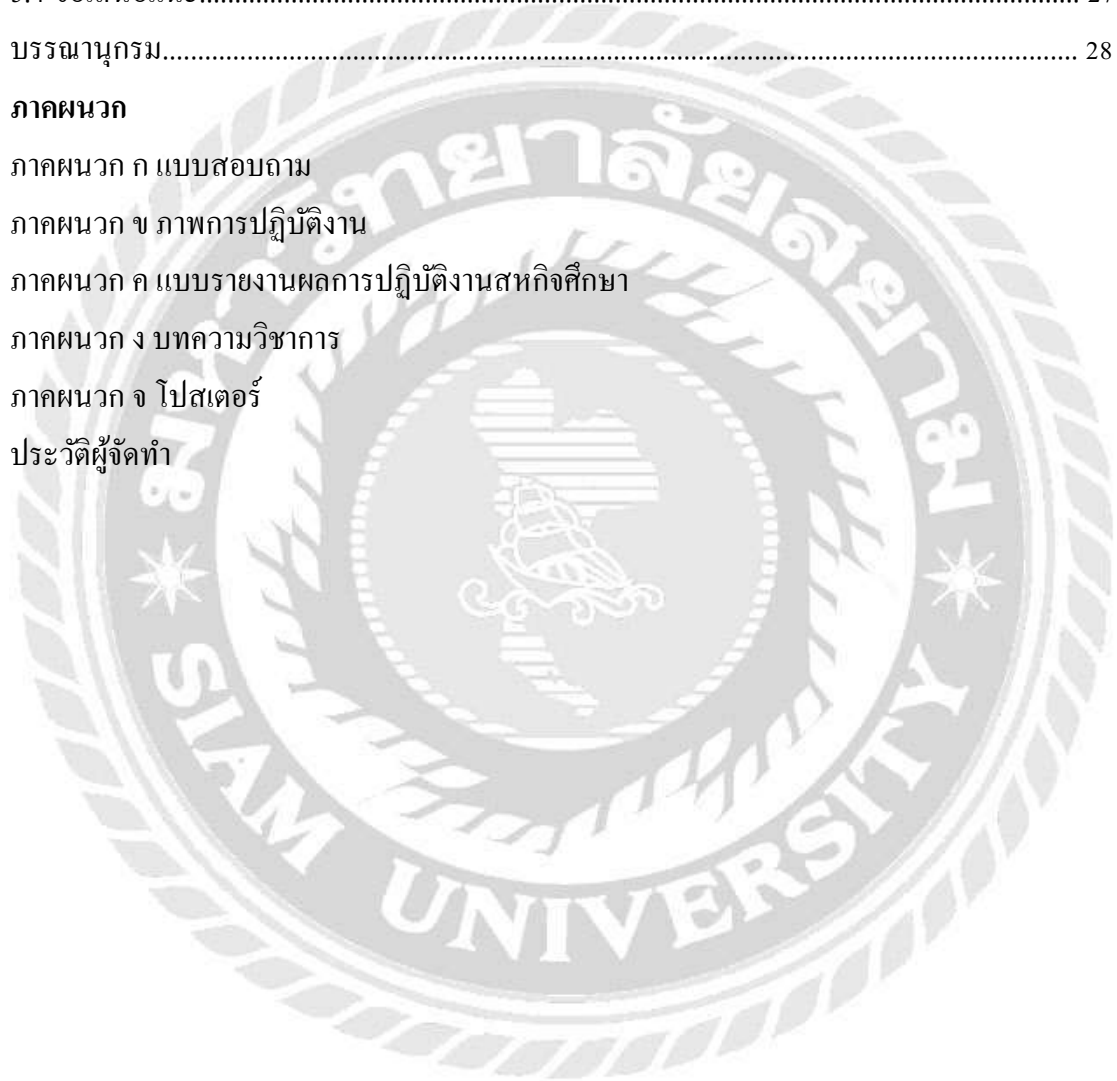
ภาคผนวก ข ภาพการปฏิบัติงาน

ภาคผนวก ค แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ภาคผนวก ง บทความวิชาการ

ภาคผนวก จ โพสต์เตอร์

ประวัติผู้จัดทำ



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	17
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ.....	18
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระโดยรวม.....	20
ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ.....	21
ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านราคา.....	22
ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	22
ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด.....	23



สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 2.1 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow.....	5
รูปที่ 3.1 สัญลักษณ์ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	8
รูปที่ 3.2 ตราสัญลักษณ์ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	8
รูปที่ 3.3 แผนที่สำนักงานทีโอที สาขาท่าพระ.....	9
รูปที่ 3.4 กรรมการผู้จัดการใหญ่.....	9
รูปที่ 3.5 โปรโมชันโทรศัพท์ประจำที่.....	11
รูปที่ 3.6 โปรโมชันอินเทอร์เน็ต(Fiber2U).....	12
รูปที่ 3.7 โปรโมชัน TOT IPTV.....	12
รูปที่ 3.8 โปรโมชันเบอร์มอเบิล TOT Mobile แบบรายเดือน.....	13
รูปที่ 3.9 ฟังก์ชันบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	14
รูปที่ 3.10 ฟังก์ชัน ศูนย์บริการทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขาท่าพระ.....	15

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

บริษัท ทีโอที (จำกัดมหาชน) เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่ เป็นผู้ดำเนินงานวางรากฐานระบบสื่อสารและโทรคมนาคม เริ่มก่อตั้งวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2497 โดยเป็นองค์กรที่ให้บริการด้านการสื่อสารมายาวนานมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ บริษัททีโอทีให้บริการด้านการสื่อสารครบวงจรทั้งสัญญาณโทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นการพัฒนาและยกระดับของประเทศให้เพิ่มขึ้น ตลอดระยะเวลา 60 ปี ที่เปิดให้บริการมาบริษัททีโอทีคอยพัฒนาระบบเครือข่ายของตนเองให้ดีขึ้นตลอดเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนทุกคนโดยบริษัททีโอทีจะจัดตั้งศูนย์บริการตามเขตในกรุงเทพฯและจังหวัดต่างๆเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงการบริการของทีโอทีได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น การชำระค่าบริการต่างๆ การขอติดตั้งอินเทอร์เน็ต ชำระค่าสาธารณูปโภค และจำหน่ายอุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ

ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ เปิดให้บริการเมื่อปี พ.ศ.2524 เป็นสาขาย่อยที่เปิดเพื่อให้ลูกค้าที่อยู่ในเขตท่าพระและละแวกใกล้เคียงสะดวกเข้ามาใช้บริการมากขึ้น โดยในปัจจุบันศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการต่อวันค่อนข้างมากอีกทั้งยังต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการเครือข่ายอื่นๆจึงจำเป็นต้องเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการนำมาพัฒนาศูนย์บริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ทางคณะผู้จัดทำจึงเล็งเห็นความจำเป็นในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการทีโอที สาขาท่าพระ เพื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และเพื่อนำผลการประเมินศูนย์บริการมาพัฒนาและปรับปรุงการทำงานในด้านการบริการของ ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระในคราวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

1.3.3 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ
จำนวน 100 คน

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา เริ่มปฏิบัติงานวันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึง วันที่ 30 สิงหาคม 2562

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขา ท่าพระ

1.4.2 สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการและนำ
ข้อเสนอแนะคำติชมมาปรับปรุงเพื่อให้การบริการของศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระดียิ่งขึ้น



บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการที่โอทีสาขาท่าพระ” มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ
2. ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค
4. ความพึงพอใจของลูกค้า 4P
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์.2551:64)

ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษ Satisfaction ซึ่งมีความหมายว่า ความรู้สึกที่เป็นทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมาย คือ ความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้า และ ความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

2.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์.2551:65-66)

เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินการบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการที่ได้รับ จนตัดสินใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเรื่องการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค (ซูซัน สมิทธิไกร.2556:215-218)

เข้าใจถึงความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค เป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวคิดและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่สำคัญมี 2 ทฤษฎีคือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น และทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท

2.3.1 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow (1943)

ได้เสนอทฤษฎีความต้องการลำดับขั้น (hierarchy of needs theory) โดยสมมุติฐานเบื้องต้นดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้น เมื่อความต้องการระดับใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความสำคัญของความต้องการนั้นจะลดน้อยลง และจะพยายามตอบสนองความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป

2. ความต้องการของมนุษย์เป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อน และความต้องการจะมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น เมื่อเกิดความหิว การระงับความหิวจะเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการกระทำมากที่สุด และความต้องการนี้จะลดลงเมื่อได้รับการตอบสนองแล้ว

3. ความต้องการระดับต่ำต้องได้รับการตอบสนองก่อน จึงจะเกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น

4. วิธีตอบสนองความต้องการในระดับสูง มีความหลากหลายมากกว่าการตอบสนองความต้องการในระดับต่ำ

Maslow (1943) ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ขั้นดังนี้

1. ความต้องการด้านสรีระ (Physiological needs)

เป็นความต้องการทางร่างกายของมนุษย์ซึ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ อากาศ น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย มนุษย์จะมีความต้องการในระดับถัดไปเมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)

ความต้องการความปลอดภัยเกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว ความปลอดภัยดังกล่าวมี 2 รูปแบบ คือ ความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกายและความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกาย ได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิต การมีสุขภาพดี ส่วนความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพการงานที่มั่นคง

3. ความต้องการทางสังคม (Social needs)

หมายถึงความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคม เช่น มิตรภาพ การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี และความรักจากผู้อื่น

4. ความต้องการการยกย่องนับถือ (esteem needs)

หมายถึงความต้องการที่จะได้รับความยอมรับนับถือจากผู้อื่น การมีตำแหน่งและเกียรติยศ และการมีสถานภาพทางสังคม

5. ความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จแห่งตน (self-actualization needs)

หมายถึงความต้องการที่พัฒนาศักยภาพของตนไปสู่จุดสูงสุด การได้ทำงานที่ท้าทาย และการประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำให้ตนเองรู้สึกว่าได้บรรลุถึงจุดสูงสุดของชีวิต

Maslow ได้จำแนกความต้องการทั้งห้าขั้นของมนุษย์ออกเป็น 2 ระดับใหญ่ๆ คือระดับต่ำ (lower – order needs) ได้แก่ ความต้องการด้านสรีระ ความต้องการความปลอดภัย สำหรับความต้องการในระดับสูง (higher – order needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม ความต้องการความยอมรับนับถือ และความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จแห่งตน

ทฤษฎีความต้องการลำดับขั้น



รูปที่ 2.1 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow

2.3.2 ทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท (ชูชัย สมิทธิไกร.2556:217-218)

McClelland (1961) ได้เสนอ ทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท (a trio of basic needs theory) โดยกล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์เกิดจากการเรียนรู้และสามารถจำแนกความต้องการได้เป็น 3 ประเภท คือ

1.ความต้องการความสำเร็จ (need for achievement) หมายถึงความปรารถนาที่จะได้รับความสำเร็จจากการทำงาน ความต้องการนี้กระตุ้นให้บุคคลตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย ทำงานหนักและใช้ทักษะและความสามารถที่มีเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้น บุคคล ที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จึงมีแนวโน้มต้องการสินค้าที่สะท้อนถึงความสำเร็จ เช่น สินค้าที่หรูหรา หรือหาได้ยาก การวิจัยของ Ericksen and Sirgy (1989) ซึ่งศึกษาเรื่องความต้องการความสำเร็จและพฤติกรรมการแต่งกาย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรเพศหญิงของมหาวิทยาลัย พบว่ากลุ่มที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จะชอบใส่เสื้อผ้าแบบนักธุรกิจ ในขณะที่กลุ่มขาดความต้องการความสำเร็จจะชอบใส่เสื้อผ้าแบบอื่นๆ เช่น แบบผู้หญิงหวาน ชุดลำลอง

2.ความต้องการความสัมพันธ์ (need for affiliation) หมายถึง ความปรารถนาที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ผู้ที่มีความต้องการนี้สูงจะให้ความสำคัญแก่มิตรภาพ การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม และความต้องการเป็นที่รักของบุคคลอื่น นอกจากนั้น ยังมักจะปฏิบัติตามบรรทัดฐานและ

กฎระเบียบต่างๆ ด้วยความเต็มใจดังนั้น บุคคลที่มีความต้องการความสัมพันธ์สูง จึงมีแนวโน้มต้องการใช้สินค้าและบริการที่สามารถแบ่งปันหรือบริโภคร่วมกันในกลุ่ม เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. ความต้องการอำนาจ (need for power) เป็นความต้องการที่จะควบคุมผู้อื่นหรือสิ่งแวดล้อม สามารถมีอิทธิพลและชี้นำผู้อื่นได้ ดังนั้น บุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จึงมีแนวโน้มต้องการสินค้าที่สะท้อนให้เห็นว่าตนสามารถมีอำนาจเหนือผู้อื่น เช่น เครื่องเสียง มีพลังขับเคลื่อนสูง

2.4 ทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้า 4P (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551:71 - 73)

กุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในงานบริการ คือความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการนั้น คือการที่ลูกค้าได้รับสิ่งที่คาดหวังไว้ย่อมเกี่ยวพันกับการปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการรับรู้ความต้องการของลูกค้า และการตอบสนองบริการตามความต้องการของลูกค้าซึ่งมีปัจจัยสำคัญดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อได้รับการบริการที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใส่ใจรายละเอียดตอบสนองความต้องการในการใช้ในชีวิตประจำวัน สินค้าใช้ง่าย แข็งแรงทนทาน

2. ราคา ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ลูกค้าต้องยอมรับได้หรือเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่ายของลูกค้า ทั้งนี้ความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละคนที่มีต่อความพึงพอใจด้านราคาอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่ การเข้าถึงสถานที่บริการได้สะดวกและสบายตามความต้องการของลูกค้า ย่อมจะทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เช่น สถานที่ตั้ง หรือ เส้นทางการเดินทางถือเป็นเรื่องสำคัญที่ลูกค้าจะสามารถเดินทางไปได้อย่างสะดวก

4. ส่งเสริมแนะนำบริการ การที่ผู้ให้บริการโฆษณาส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์หรือแนะนำสินค้าใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอจะเกิดแรงดึงดูดทำให้ลูกค้าสนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นอีกทั้งยังเป็นการดึงดูดลูกค้าหน้าใหม่เข้ามาใช้บริการเพิ่มอีกด้วย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อร่าม สัมพะวงศ์ (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยศึกษาพบว่า ในภาพรวมผู้รับบริการมีความพึงพอใจในบริการของสำนักงานทะเบียนอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจในบริการ แยกตามองค์ประกอบรายด้าน พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ รองลงมาคือด้านระยะเวลาในการดำเนินงานและ

ด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดด้านที่ให้บริการ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานของสำนักงานทะเบียนอำเภอ ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ คือ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนบุตร ระยะทาง จากบ้านถึงสำนักงานทะเบียนอำเภอ ประสบการณ์ในการมาขอรับบริการของสำนักทะเบียนแห่งนี้

กจิวิธ รัตนแก้ว (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสันทราย” ศึกษาถึงการให้บริการของสำนักงานที่ดินว่ามีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์กรมที่ดินหรือไม่ ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ และศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มารับบริการจากเจ้าหน้าที่ที่ดิน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสันทราย จำนวน 40 คน และประชาชนกลุ่มตัวอย่าง 250 คน

จากการศึกษาพบว่าภาพรวมของความพึงพอใจของประชาชน ที่มารับบริการอยู่ระดับดีในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานกลุ่มตัวอย่าง พึงพอใจในการพูดจาและมารยาทของเจ้าหน้าที่การเงิน และการให้บริการตามลำดับคิว การให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ฝ่ายรัฐวัดความโปร่งใสในการดำเนินงานให้บริการ

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

สถานที่ตั้งศูนย์บริการ : เลขที่ 290 ถนน เพชรเกษม แขวงปากคลองภาษีเจริญ เขตภาษีเจริญ

กรุงเทพฯ 10160

โทร : 02-457-4080 และ 02-467-2204

แฟกซ์ : 02457-4557

เว็บไซต์ : www.tot.co.th



รูปที่ 3.1 สัญลักษณ์ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)



รูปที่ 3.2 ตราสัญลักษณ์ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)



รูปที่ 3.3 แผนที่สำนักงาน ทีโอที สาขาท่าพระ



นายมนต์ชัย หนูสง

กรรมการผู้จัดการใหญ่

รูปที่ 3.4 กรรมการผู้จัดการใหญ่

ประวัติความเป็นมาของบริษัท

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เดิมทีเคยเป็นหน่วยงานหนึ่งของกรมไปรษณีย์โทรเลข ใช้ชื่อว่ากองช่างโทรศัพท์ โดยได้เปลี่ยนมาเป็นองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย หรือ ท.ศ.ท. เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2497 ในช่วงแรกรับผิดชอบเฉพาะการวางชุมสายโทรศัพท์ในเขตนครหลวง ในภายหลังได้ดูแลกิจการโทรศัพท์ของทั้งประเทศ โดยได้โอนความรับผิดชอบมาจากกรมไปรษณีย์โทรเลข และในวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2545 องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ท.ศ.ท.) ได้แปรรูป แต่ยังคงสถานะรัฐวิสาหกิจในรูปแบบ บริษัทมหาชนจำกัด ใช้ชื่อว่า บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เมื่อมีการปรับปรุงโครงสร้างทางราชการ บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น ได้ย้ายมาสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ใช้ชื่อว่า บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT Public Company Limited) เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 เพื่อให้เป็นชื่อที่ตรงกันทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมเปลี่ยนตราสัญลักษณ์เหลือเพียงเครื่องหมาย ทีโอที

วิสัยทัศน์

"เป็นผู้นำการให้บริการโทรคมนาคมและบริการดิจิทัลของประเทศ"

พันธกิจ

1. สร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อยกระดับการให้บริการแก่ลูกค้า
2. ให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนไทย
3. เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมไทยสู่ยุคดิจิทัล

ค่านิยม

1. Innovation สร้างสรรค์นวัตกรรม
2. Operation Excellence ทำงานมุ่งความเป็นเลิศ
3. Transparency & Integrity ซื่อสัตย์ โปร่งใส

ประวัติความเป็นมาของศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ เปิดให้บริการเมื่อปี พ.ศ.2524 เป็นสาขาย่อยที่เปิดเพื่อให้ลูกค้าที่อยู่ในเขตท่าพระและละแวกใกล้เคียงสะดวกเข้ามาใช้บริการมากขึ้น โดยในปัจจุบัน ศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการต่อวันค่อนข้างมากอีกทั้งยังต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการเครือข่ายอื่นๆจึงจำเป็นต้องเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการนำมาพัฒนาศูนย์บริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่วางรากฐานระบบสื่อสารโทรคมนาคมไทยมา ยาวนานกว่า 60 ปี ทีโอที พร้อมให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมแบบครบวงจร ตอบสนองความ ต้องการครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ผลิตภัณฑ์และบริการหลัก

1. การขอติดตั้งโทรศัพท์ (ขอหมายเลขโทรศัพท์ประจำที่) มีอัตราค่าติดตั้ง 3500 บาท ระยะเวลาใน การติดตั้งขึ้นอยู่กับความนัดหมายกับเจ้าหน้าที่ตามความสะดวกของลูกค้า



The graphic features a blue background with a large orange telephone handset on the right. Text in Thai includes 'TOT y-tel 1234', 'โทรทางไกลราคาประหยัด' (Long-distance call at a saving price), 'กด 1234 โทรทางไกลทั่วไทย' (Press 1234 to call long-distance across Thailand), and 'นาทีละ 1.50 บาท' (1.50 Baht per minute). Below this is a table titled 'อัตราค่าบริการขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่โทร' (Service rates depend on the time of call).

แพ็คเกจ	วัน	ภาคเวลา	อัตราค่าบริการต่อนาที
โทรเข้า โทรศัพท์บ้าน	วันจันทร์ - ศุกร์	07.00 น. - 17.59 น.	150 บาท/นาที
		18.00 น. - 21.59 น.	100 บาท/นาที
		22.00 น. - 06.59 น.	0.50 บาท/นาที
	วันหยุดราชการ วันหยุดนักขัตฤกษ์	07.00 น. - 17.59 น.	150 บาท/นาที
		18.00 น. - 21.59 น.	0.75 บาท/นาที
		22.00 น. - 06.59 น.	0.50 บาท/นาที
โทรเข้ามือถือ	นาทีละ 150 บาท/นาที ทุกเครือข่าย		

รูปที่ 3.5 โปรโมชันโทรศัพท์ประจำที่

2. การขอติดตั้งFTTX (Fiber 2u) บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ผ่าน โครงข่ายเคเบิลใยแก้วนำแสง ด้วยความเร็วตั้งแต่ 50 Mbps ถึง 1000 Mbps



รูปที่ 3.6 โปรโมชันอินเทอร์เน็ต(Fiber2U)

3. การขอติดตั้ง TOT IPTV คือ บริการรับชมทีวีผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของทีโอที โดยไม่จำเป็นต้องติดตั้ง เพิ่มทางเลือกการรับชม ผ่านทั้งคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก สมาร์ทโฟน และ แท็บเล็ต พร้อมด้วยระบบ Time Shift Program ที่ทำให้สามารถชมรายการย้อนหลังได้ 72 ชั่วโมง



รูปที่ 3.7 โปรโมชัน TOT IPTV

4. เปิดบริการซิมโทรศัพท์ 3G



TOT MOBILE
LUCKY NUMBER
เบอร์มงคลส่งเสริม
ความรัก
การงาน การเงิน

แพ็คเกจ	ค่าบริการรายเดือน	Internet TOT Mobile ใช้งานต่อเนื่องด้วยความเร็ว สูงสุดไม่เกิน (No FUP)	โทรฟรีทุกเครื่องภายใน (นาที / เดือน)
Infinite 399	399 บาท	2 Mbps	100
Infinite 499	499 บาท	4 Mbps	300
Infinite 699	699 บาท	7 Mbps	500

รูปที่ 3.8 โปรโมชันเบอร์มงคล TOT Mobile แบบรายเดือน

ผลิตภัณฑ์และบริการอื่นๆ

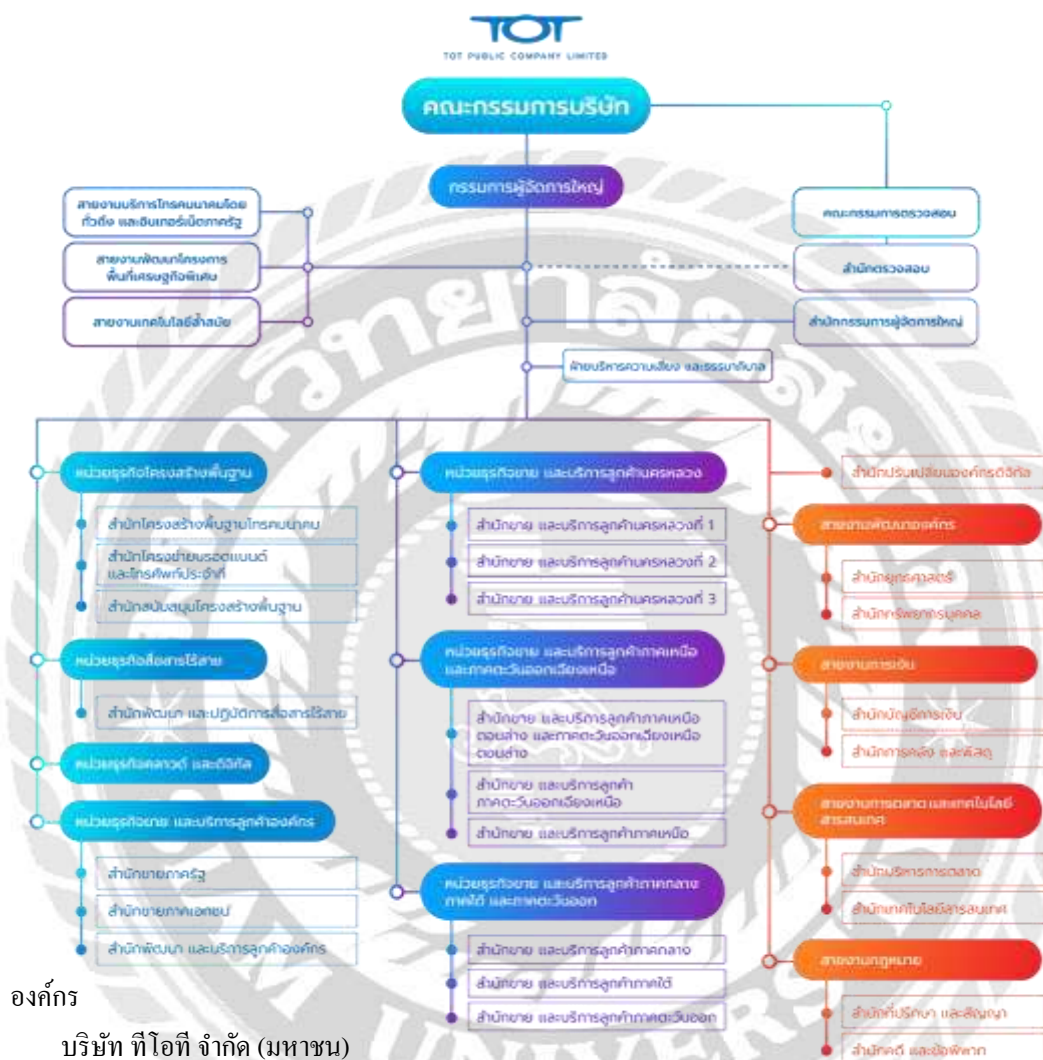
1. บริการเปลี่ยนโปรโมชันผลิตภัณฑ์
2. จำหน่ายอุปกรณ์สำหรับใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์
3. การรับแจ้งปัญหาการใช้งานผลิตภัณฑ์
4. รับชำระค่าบริการ
5. บริการยกเลิกสัญญา หมายถึงการขอยกเลิกบริการต่างๆ ของทีโอที เช่น เบอร์โทรศัพท์บ้าน อินเทอร์เน็ต และบริการอื่นๆ ในการขอยกเลิกสัญญาเช่นนั้นถ้าเป็นหมายเลขหรือบริการที่อยู่ในเขตความรับผิดชอบของศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระ จะสามารถดำเนินการยกเลิกได้ทันที แต่ถ้าหากลูกค้าอยู่ในความรับผิดชอบของเขตการให้บริการอื่นจะต้องทำเรื่องส่งไปยังเขตนั้นๆ ให้ดำเนินการต่อไป

3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร

บริษัทมีการควบคุมภายในที่ดี ส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการควบคุมการปฏิบัติงานที่ดี มีการติดตามประเมินผลฝ่ายบริหารในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้สัมฤทธิ์ผลจัดให้มีระบบตรวจสอบภายในโดยหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระ ทำหน้าที่ตรวจสอบระบบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าระบบการควบคุมที่มีอยู่นั้น มีการปฏิบัติอย่าง

ต่อเนื่อง และสม่ำเสมอพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงข้อบกพร่อง จุดอ่อน และพัฒนาระบบ
การดำเนินงานที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

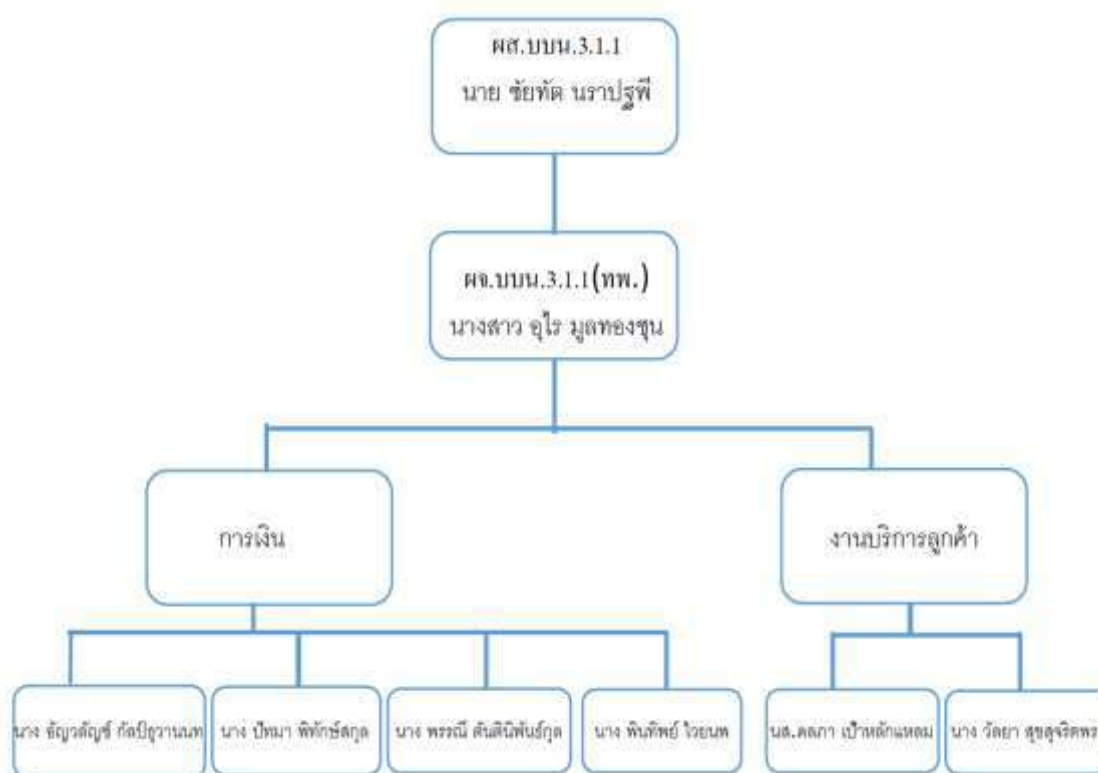
3.3.1 โครงสร้างองค์การของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)



องค์กร

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

3.3.2 โครงสร้างองค์การของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขาท่าพระ



รูปที่ 3.10 ฟังองค์กร ศูนย์บริการ ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขาท่าพระ

ผู้จัดการส่วนบริการนครหลวงที่3.1.1 (ผศ.บพน.3.1.1) คือ ผู้กำกับดูแลศูนย์บริการและกำกับดูแลช่างของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน)ในพื้นที่

ผู้จัดการศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระ (ผจ.บพน.3.1.1) คือ ผู้กำกับดูแลบุคลากรภายในศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

ลักษณะงานในส่วนการเงิน คือ รับชำระค่าบริการต่างๆ เช่น ค่าบริการรายเดือน โทรศัพท์ประจำที่ ค่ารายเดือนอินเทอร์เน็ต ค่าติดตั้งโทรศัพท์ ค่าอุปกรณ์ ค่าน้ำ ค่าไฟ

ลักษณะงานในส่วนงานบริการ คือ จำหน่ายอุปกรณ์ที่ใช้ในการติดตั้งอินเทอร์เน็ต ตรวจสอบเช็คปัญหาการใช้งานอุปกรณ์เบื้องต้น เปลี่ยนโปรโมชัน ดำเนินการยกเลิกบริการต่างๆ เป็นต้น

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ชื่อนักศึกษา : นาย ขจรยศ อติชาติพงศ์พันธ์ รหัสนักศึกษา 5904300327

ตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย : ผู้ช่วยพนักงานฝ่ายบริการลูกค้า

ชื่อนักศึกษา : นางสาว บุญยวีร์ เข้มพิเศษกุล รหัสนักศึกษา 6004300061

ตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย : ผู้ช่วยพนักงานฝ่ายบริการลูกค้า

ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย มีดังต่อไปนี้

1. งานจัดการด้านเอกสาร

- บันทึกรายการประจำวันลงสมุดบันทึก
- คัดแยกเอกสารเพื่อนำส่งไปยังศูนย์บริการอื่น
- จัดเตรียมเอกสารในการกรอกข้อมูลขอติดตั้งบริการต่างๆ
- จัดเตรียมเอกสารในการขอยกเลิกสัญญาเช่า
- จัดเตรียมเอกสารในการขอเปลี่ยนโปรโมชัน
- ถ่ายเอกสารใบโปรโมชันและสำเนาของลูกค้า
- ส่งแฟกซ์
- คีย์ข้อมูลลูกค้าใหม่เข้าระบบ
- แก้ไขข้อมูลลูกค้าเดิมในฐานข้อมูล

2. งานให้บริการลูกค้า

- รับแจ้งและตรวจสอบปัญหาการใช้งานผลิตภัณฑ์
- แนะนำโปรโมชันต่างๆให้ลูกค้า
- หาพื้นที่พิกัดบ้านลูกค้าในการติดตั้ง Fiber2u
- อธิบายเงื่อนไขและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้กับลูกค้าในการติดตั้งบริการ

3. งานให้บริการทางโทรศัพท์

- รับแจ้งปัญหาการใช้งานต่างๆ
- เช็กโปรโมชันที่ใช้อยู่และค่าใช้จ่ายค้างชำระ
- ตอบคำถามลูกค้าในเรื่องผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

1. นางสาว ดลภา เป้าหลักแหลม

ตำแหน่งงาน : นักบริหารงานพาณิชยระดับ 7

2. นาง วัลยา สุขสุจริตพร

ตำแหน่งงาน : นักบริหารงานพาณิชยระดับ 5

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติงานของนักศึกษาโครงการ สหกิจศึกษา ได้ใช้เวลาในการปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึง วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 16 สัปดาห์

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 กำหนดขอบเขตของโครงการ โดยศึกษาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการ ทีโอ ที สาขาท่าพระ เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างการบริการองค์การ ขอบเขตและการให้บริการต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ รวมทั้งปรึกษาพนักงานพี่เลี้ยงและอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อกำหนดหัวข้อโครงการที่เหมาะสม

3.7.2 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการ ทีโอ ที สาขาท่าพระ เพื่อจัดทำและออกแบบสอบถาม

3.7.3 เก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการ นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการ ทีโอ ที สาขาท่าพระ จากผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

3.7.4 ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อหาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการ ทีโอ ที สาขาท่าพระ เพื่อใช้ในการปรับปรุงพัฒนาองค์กรต่อไป

3.7.5 สรุปผลและจัดทำรูปเล่มโครงการ ตรวจสอบความถูกต้องของรูปเล่มโครงการ โดยรูปเล่มโครงการจะต้องถูกต้องตามเค้าโครงการของสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยสยาม

ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค. 62	มิ.ย. 62	ก.ค. 62	ส.ค. 62	ก.ย. 62
1. กำหนดขอบเขตของโครงการ	↔				
2. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง		↔			
3. เก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการ		↔			
4. ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล				↔	
5. สรุปผลและจัดทำรูปเล่มโครงการ					↔

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์

- เครื่องคอมพิวเตอร์
- เครื่องถ่ายเอกสาร

- เครื่องแฟกซ์
- เครื่องสแกนเอกสาร
- โทรศัพท์มือถือ TOT Mobile

ซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Microsoft Excel
- โปรแกรม Microsoft Word
- ระบบบริการลูกค้าสำหรับพนักงานTOT



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการที่โอที สาขาท่าพระ มีการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการจำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและได้ทำการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อรวบรวมคำตอบนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Excel

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการที่โอที สาขาท่าพระ โดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อมูลในส่วนที่ 2 เป็นการวัดระดับความพึงพอใจโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามวิธีของลิคเคอร์ต (Likert) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ สำหรับสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 2 ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

โดยมีสูตรการหาค่าเฉลี่ย (Mean) คือ $\bar{X} = \frac{\sum x}{N}$

โดยที่ $\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ = คะแนนรวมทั้งหมดของคำถาม

N = จำนวนผู้ตอบและแบบสอบถาม

โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545, 51)

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง พึงพอใจระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง พึงพอใจระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง พึงพอใจระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง พึงพอใจระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง พึงพอใจระดับน้อยที่สุด

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4.1 ข้อมูล ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

ข้อมูล	จำนวนคน	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	49	49%
หญิง	51	51%
รวม	100	100%
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	4	4%
21-30 ปี	34	34%
31-40 ปี	29	29%
41-50 ปี	21	21%
50 ปี ขึ้นไป	12	12%
รวม	100	100%
อาชีพ		
ค้าขาย	13	13%
รับจ้าง	12	12%
ข้าราชการ	20	20%
ธุรกิจส่วนตัว	40	40%
นักเรียน/นักศึกษา	15	15%
รวม	100	100%
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	4	4%
มัธยมศึกษา	12	12%
ปวช./ปวส.	17	17%
ปริญญาตรี	53	53%
ปริญญาโท	11	11%
อื่นๆ	3	3%
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.1 ผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระเป็นเพศหญิง มากที่สุด จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51% รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49% ตามลำดับ โดยมีช่วงอายุที่ 21-30 ปีมากที่สุด จำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 34% รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29% อายุ 31-50 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29% อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 12% โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือข้าราชการจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 นักเรียน นักศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 อาชีพค้าขายจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และ อาชีพรับจ้าง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53% รองลงมาคือ การศึกษาระดับ ปวช./ปวส. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17% การศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12% การศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11% การศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และอื่นๆ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ โดยรวม

ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.99	0.68	มาก
ความพึงพอใจในด้านราคา	4.10	0.62	มาก
ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.25	0.72	มาก
ความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาด	4.32	0.61	มาก
รวม	4.20	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.2 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

($\bar{X}$ =4.32) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.25) ด้านราคามีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.10) และด้านผลิตภัณฑ์และบริการความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. สัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต มีความเสถียร	4.01	0.67	มาก
2. อุปกรณ์โมเด็มและกล่องทีวี ทันสมัย ง่ายต่อการใช้งาน	3.73	0.65	มาก
3. ความรวดเร็วในการติดตั้งอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์บ้าน	3.91	0.75	มาก
4. ความสะดวกรวดเร็ว ในการติดต่อประสานงานในการซ่อมแซม	4.08	0.68	มาก
5. การให้บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ มีขั้นตอนที่เหมาะสม ชัดเจน และคล่องตัว	4.23	0.68	มาก
รวม	3.99	0.68	มาก

จากตาราง 4.3 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.99) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดได้แก่ การให้บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ มีขั้นตอนที่เหมาะสม ชัดเจนและคล่องตัวโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.23) รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็ว ในการติดต่อประสานงานในการซ่อมแซม โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.08) ต่อมาสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.01) ความรวดเร็วในการติดตั้งอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์บ้านมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.91) และอุปกรณ์โมเด็มและกล่องทีวี ทันสมัย ง่ายต่อการใช้งานมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านราคา

ความพึงพอใจด้านราคา	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หลัก	4.05	0.62	มาก
2. ช่องทางในการชำระเงินมีความเหมาะสม	4.15	0.62	มาก
รวม	4.10	0.62	มาก

จากตาราง 4.4 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดได้แก่ ช่องทางในการชำระเงินมีความเหมาะสม โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หลัก โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการ	4.16	0.76	มาก
2. ภายในศูนย์บริการมีความสะดวกสบายเหมาะสมกับการให้บริการ	4.17	0.80	มาก
3. ศูนย์บริการมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ	4.42	0.59	มาก
รวม	4.25	0.72	มาก

จากตาราง 4.5 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดได้แก่ ศูนย์บริการมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.42$) รองลงมาคือ ภายในศูนย์บริการมีความสะดวกสบายเหมาะสมกับการให้บริการ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) และสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. สื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับภาพลักษณ์	4.08	0.72	มาก
2. กิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย	4.21	0.65	มาก
3. พนักงานนำเสนอสินค้าได้ชัดเจนน่าสนใจ	4.40	0.57	มาก
4. พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์	4.57	0.50	มาก
รวม	4.32	0.61	มาก

จากตาราง 4.6 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดได้แก่พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.57$) รองลงมาคือ พนักงานนำเสนอสินค้าได้ชัดเจนน่าสนใจ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$) ถัดมาด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.21$) และสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับภาพลักษณ์ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการงานสหกิจศึกษา

ผลการทำวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ ทำให้ทราบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ ว่ามีความพึงพอใจมากขึ้นเพียงใดและบริการในด้านใดที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข จากผลการสำรวจพบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}=4.32$) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}=4.25$) ถัดมาคือด้านราคา มีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) และด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ตามลำดับ

ซึ่งจากผลการสำรวจพบว่าด้านที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในหัวข้ออุปกรณ์โมเด็ม และ กล่องทีวี ทันสมัยต่อการใช้งาน ดังนั้นศูนย์บริการควรมีการจัดทำคู่มือการใช้งานอุปกรณ์ที่ละเอียดครบถ้วน และมีภาพประกอบแสดงเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน และควรมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำการใช้งานเพื่อให้ลูกค้าจะสามารถนำอุปกรณ์ไปใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

นอกเหนือจากนี้ผู้ให้บริการยังต้องการให้ปรับปรุงความสะดวกและความสะดวกในการใช้บริการห้องน้ำ ดังนั้นต้องมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนเพื่อความเข้าใจตรงกัน และมีการประสานงานไปยังฝ่ายที่รับผิดชอบเพื่อของบประมาณในการปรับปรุงห้องน้ำต่อไป

5.2 สรุปผลการทำโครงการงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ผลที่ได้รับจากการทำโครงการงานสหกิจศึกษา

ด้านวิชาการ

1. ได้นำความรู้และทฤษฎีที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยมาใช้ประกอบการทำโครงการ เช่น โครงสร้างของส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) และ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
2. ได้เรียนรู้โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และกระบวนการทำงาน ของศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระ
3. ได้รู้ผลประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ของศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระ

ด้านสังคม

ได้เรียนรู้และพัฒนาตนเองในการทำงานเป็นทีม ได้ฝึกความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เกิดความสามัคคี เกิดมิตรภาพที่ดี การแบ่งเบาภาระหน้าที่รับผิดชอบ บนพื้นฐานของความเข้าใจและไว้วางใจซึ่งกันและกัน

5.2.2 ปัญหาที่พบจากการทำโครงการสหกิจศึกษา

1. คณะผู้จัดทำยังไม่มีประสบการณ์ในการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา และมีระยะเวลาที่จำกัด
2. ผู้ใช้บริการบางรายไม่สะดวกในการตอบแบบสอบถามเนื่องจากมีปัญหาในการอ่านตัวอักษร
3. คณะผู้จัดทำไม่มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จึงทำให้ต้องใช้เวลาในการศึกษาและทำความเข้าใจโดยใช้เวลาพอสมควร และโครงการสหกิจนั้นมีเนื้อหาและขั้นตอนที่เยอะและละเอียดจึงทำให้เกิดข้อสงสัยและสร้างความสับสนในบางหัวข้อของการทำโครงการ

5.2.3 แนวทางการแก้ปัญหาการทำโครงการสหกิจศึกษา

1. ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา หากเกิดข้อสงสัยในการทำโครงการสหกิจศึกษา
2. ใช้การอ่านข้อคำถามให้ผู้มาใช้บริการฟังและช่วยอำนวยความสะดวกให้
3. พยายามศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัททีโอที จำกัด

5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.3.1 ผลที่ได้รับจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ด้านวิชาการ

1. ได้เรียนรู้การคัดแยกเอกสาร และ การตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร
2. ได้เรียนรู้ขั้นตอนการติดต่อประสานงาน ในแต่ละหน่วยงาน
3. ได้เรียนรู้การใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูปของทีโอที
4. ได้เรียนรู้เกี่ยวกับระบบการรับแจ้งปัญหาการใช้งานผลิตภัณฑ์
5. สามารถอธิบายเงื่อนไขเอกสาร และค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้ผู้มาใช้บริการได้รับทราบ
6. มีประสบการณ์ในการดำเนินการตามความประสงค์ของผู้มาใช้บริการ

ด้านสังคม

1. ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานร่วมกับผู้อื่นการทำงานจำเป็นจะต้องมีการติดต่อประสานงานกับผู้อื่นตลอดเวลา การได้ร่วมแสดงความคิดเห็น อย่างมีเหตุผล
2. การมีสามัญสำนึกในด้านต่างๆ เช่น ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา การมีสัมมาคารวะต่อพนักงานและผู้ที่มาใช้บริการ ด้วยกิริยาและการพูดจาที่ดี เป็นต้น

5.3.2 ปัญหาที่พบในการปฏิบัติสหกิจศึกษา

1. เนื่องจากนักศึกษายังไม่ค่อยมีประสบการณ์ในการทำงานจึงไม่สามารถตอบคำถามและแนะนำลูกค้าได้ครบถ้วนสมบูรณ์โดยลำพังได้
2. ระบบงานบริการลูกค้ามีความซับซ้อนและหลากหลายขั้นตอนจึงทำให้เป็นเรื่องยากสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์น้อย ในการดำเนินการในเรื่องต่างๆ ให้กับลูกค้าใช้บริการ
3. เกิดการผิดพลาดในการทำงาน เช่น บันทึกข้อมูลผิดหรือไม่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในภายหลังได้

5.3.3 แนวทางแก้ไข

1. หมั่นศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากพนักงานที่ปรึกษา
2. เมื่อพบปัญหาหรือมีข้อสงสัย ควรปรึกษาพนักงานที่ปรึกษา
2. ต้องใช้ความละเอียดและความรอบคอบในการบันทึกข้อมูลและต้องตรวจสอบความถูกต้องก่อนบันทึกข้อมูลในระบบทุกครั้ง

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. ก่อนเข้าไปปฏิบัติสหกิจศึกษาควรศึกษาการทำงานและมีการเตรียมความพร้อมในการทำงาน
2. ถ้าในการทำงานเกิดความไม่เข้าใจระหว่างการทำงานควรสอบถามจากบุคลากรที่รับผิดชอบในส่วนงานนั้นๆ เพื่อไม่ให้งานเกิดความผิดพลาด
3. การทำงานควรจดรายละเอียดสำคัญต่างๆ ในระหว่างการทำงาน เพื่อให้สามารถ เข้าใจในการทำงานได้มากขึ้น
4. ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความอดทนและมีความฉลาดทางอารมณ์ต่อการทำงาน และ ต้องมีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
5. ต้องรู้จักปรับตัวให้เข้ากับองค์กร และปฏิบัติตามกฎระเบียบของทางองค์กรอย่างเคร่งครัด
6. ใส่ใจในการทำงาน อดทน และมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

บรรณานุกรม

- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ชูชัย สมितिไกร. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: วิ.พรี้นท์ (1991) จำกัด.
- สมยศ นาวิการ. (2539). *ทฤษฎีองค์กร*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



The background of the slide features a large, faint, circular seal of Siam University. The seal contains the university's name in Thai script (มหาวิทยาลัยสยาม) and English (SIAM UNIVERSITY), along with a central emblem and decorative elements.

ภาคผนวก -ก- แบบสอบถาม

แบบสอบถามความพึงพอใจศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- เพศ: ☐ ชาย ☐ หญิง
- อายุ: ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 21 – 30 ☐ 31 – 40 ☐ 41 – 50 ☐ 50 ปีขึ้นไป
- อาชีพ: ☐ ค้าขาย ☐ รับจ้าง ☐ ข้าราชการ ☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ นักเรียน/นักศึกษา
- การศึกษา: ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา ☐ ปวช./ปวส. ☐ปริญญาตรี ☐ปริญญาโท
☐ โท อื่นๆ(ระบุ).....

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระ

ประเมินในการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
1.)สัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตมีความเสถียร					
2.)อุปกรณ์โมเด็มและกล่องทีวีทันสมัยต่อการใช้งาน					
3.)ความรวดเร็วในการติดตั้งอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์บ้าน					
4.)ความสะดวกรวดเร็วการติดต่อประสานงานในการซ่อมแซม					
5.)การให้บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์มีขั้นตอนที่เหมาะสมชัดเจนคล่องตัว					

ประเมินในการให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ความพึงพอใจในด้านราคา					
1.)ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หลัก					
2.)ช่องทางในการชำระเงินมีความเหมาะสม					
ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.)สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการ					
2.)ภายในศูนย์บริการมีความสะดวกสบายเหมาะสมกับการให้บริการ					
3.)ศูนย์บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีน่าเชื่อถือ					
ความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาด					
1.)สื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับภาพลักษณ์					
2.)กิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย					
3.)พนักงานนำเสนอสินค้าได้ชัดเจนน่าสนใจ					
5.)พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์					

ข้อเสนอแนะ

The background of the page features a large, faint, circular seal of Siam University. The seal contains the university's name in Thai script (มหาวิทยาลัยสยาม) and English (SIAM UNIVERSITY) around a central emblem.

ภาคผนวก -ข-

ภาพการปฏิบัติงาน



ภาคผนวก -ค-
แบบรายงานผลการ
ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



ภาคผนวก -ง-
บทความวิชาการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอทีท่าพระ

(The satisfaction of service user TOT Public Company Limited)

นายจรรยา สอดิชาติพงศ์พันธ์ และ นางสาวบุญยวีร์ เยี่ยมพิเศษกุล

สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนน เพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

สถานประกอบการ ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Excel สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.20$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.32$) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.25$) ถัดมาคือด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.10$) และด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=3.99$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ / ผู้ใช้บริการ / บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

Abstract

The purpose of this research is to know the satisfaction level of service user TOT Public Company Limited Service center Thaphra branch. In which there were 100 respondents. Analyze the data by using Microsoft Excel computer program. The statistics used in the analysis are percentage, standard deviation and average.

The result shown that The level of satisfaction of service user TOT Public Company Limited Service center Thaphra branch was high in overall ($\bar{x}=4.20$). When considering in each aspects found that the level of satisfaction in all aspects were high. The level of satisfaction in the aspects of marketing promotion was the high ($\bar{x}=4.32$), the next down were the aspects of marketing channel ($\bar{x}=4.25$), price of product ($\bar{x}=4.10$) and quality of product ($\bar{x}=3.99$)

Keywords : The satisfaction / Service user / TOT Public Company Limited.

ความเป็นมาและความสำคัญ

บริษัท ทีโอที (จำกัดมหาชน) เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่เป็นผู้ดำเนินงานวางรากฐานระบบสื่อสารและโทรคมนาคมเริ่มก่อตั้งวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2497 โดยเป็นองค์กรที่ให้บริการด้านการสื่อสารมาช้านาน มีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ บริษัท ทีโอทีให้บริการด้านการสื่อสารครบวงจรทั้งสัญญาณโทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นการพัฒนาและยกระดับของประเทศให้เพิ่มขึ้น ตลอดระยะเวลา 60 ปี ที่เปิดให้บริการมาบริษัท ทีโอทีคอยพัฒนาระบบเครือข่ายของตนเองให้ดีขึ้นตลอดเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนทุกคนโดยบริษัท ทีโอทีจะจัดตั้งศูนย์บริการตามเขตในกรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงการบริการของทีโอทีได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น การชำระค่าบริการต่างๆ การขอติดตั้งอินเทอร์เน็ต ชำระค่าสาธารณูปโภค และจำหน่ายอุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ

ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ เปิดให้บริการเมื่อปี พ.ศ.2524 เป็นสาขาย่อยที่เปิดเพื่อให้ลูกค้าที่อยู่ในเขตท่าพระและละแวกใกล้เคียงสะดวกเข้ามาใช้บริการมากขึ้นโดยในปัจจุบันศูนย์บริการทีโอทีสาขาท่าพระมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการต่อวันค่อนข้างมากอีกทั้งยังต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการเครือข่ายอื่นๆ จึงจำเป็นต้องเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการนำมาพัฒนาศูนย์บริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ทางคณะผู้จัดทำจึงเล็งเห็นความ

จำเป็นในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการทีโอที สาขาท่าพระ เพื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และเพื่อนำผลการประเมินศูนย์บริการมาพัฒนาและปรับปรุงการทำงานในด้านการบริการของ ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระในคราวต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

ขอบเขตของโครงการ

- 1 . ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ
- 2 . ขอบเขตด้านพื้นที่ ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ
- 3 . ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระจำนวน 100 คน
- 4 . ขอบเขตด้านเวลา เริ่มปฏิบัติงานวันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึง วันที่ 30 สิงหาคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1 . ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการและนำข้อเสนอแนะคำติชมมาปรับปรุงเพื่อให้การบริการของศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระดียิ่งขึ้น

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1.กำหนดขอบเขตของโครงการ โดยศึกษาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการ ทีโอที สาขาท่าพระ เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างการบริการองค์การ ขอบเขต และการให้บริการต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ รวมทั้งปรึกษาพนักงานพี่เลี้ยงและอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อกำหนดหัวข้อโครงการที่เหมาะสม

2.ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการ ทีโอที สาขาท่าพระ เพื่อจัดทำและออกแบบสอบถาม

3.เก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการ นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการ ทีโอที สาขาท่าพระ จากผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

4.ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อหาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการ ทีโอที สาขาท่าพระ เพื่อใช้ในการปรับปรุงพัฒนาองค์กรต่อไป

5.สรุปผลและจัดทำรูปแบบโครงการ ตรวจสอบความถูกต้องของรูปแบบโครงการ โดยรูปแบบโครงการจะต้องถูกต้องตามเค้าโครงการของสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยสยาม

อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบ

สหกิจศึกษา

ฮาร์ดแวร์

- เครื่องคอมพิวเตอร์
- เครื่องถ่ายเอกสาร
- เครื่องแฟกซ์
- เครื่องสแกนเอกสาร
- โทรศัพท์มือถือ TOT Mobile

ซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Microsoft Excel
- โปรแกรม Microsoft Word
- ระบบบริการลูกค้าสำหรับพนักงาน

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ มีการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการจำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและได้ทำการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อรวบรวมคำตอบนำมาประมวลผล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Excel การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ให้บริการที่มีต่อศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ โดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

2. ด้านราคา

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ

ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.1 ข้อมูล ของผู้ให้บริการ

ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

ข้อมูล	จำนวนคน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	49	49%
หญิง	51	51%
รวม	100	100%
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	4	4%
21-30 ปี	34	34%
31-40 ปี	29	29%
41-50 ปี	21	21%
50 ปี ขึ้นไป	12	12%
รวม	100	100%
อาชีพ		
ค้าขาย	13	13%
รับจ้าง	12	12%
ข้าราชการ	20	20%
ธุรกิจส่วนตัว	40	40%
นักเรียน/นักศึกษา	15	15%

ระดับ		
การศึกษา	4	4%
ประถมศึกษา	12	12%
มัธยมศึกษา	17	17%
ปวช./ปวส.	53	53%
ปริญญาตรี	11	11%
ปริญญาโท	3	3%
อื่นๆ		
รวม	100	100%

จากตารางที่ 4.1 ผู้ให้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระเป็นเพศหญิง มากที่สุด

จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51% รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ

49% ตามลำดับ โดยมีช่วงอายุที่ 21-30 ปีมากที่สุด จำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 34%

รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29% อายุ 31-50 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29% อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 12% โดย

ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุดจำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 40

รองลงมาคือข้าราชการจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 นักเรียนนักศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 อาชีพค้าขายจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และอาชีพรับจ้าง

จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53% รองลงมาคือ การศึกษาระดับ ปวช./ปวส. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17% การศึกษาระดับ

คน คิดเป็น ร้อยละ 11% การศึกษา
ระดับประถมศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อย
ละ 4 และอื่นๆ 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 3
ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึง พอใจของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึง
พอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการที่โอที สาขา
ท่าพระโดยรวม

ความพึงพอใจ โดยรวมของ ผู้ให้บริการ ศูนย์บริการที่ โอที สาขาท่า พระ	$\bar{x}$	S.D	ระดับ ความพึง พอใจ
ความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ	3.99	0.68	มาก
ความพึงพอใจ ในด้านราคา	4.10	0.62	มาก
ความพึงพอใจ ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	4.25	0.72	มาก
ความพึงพอใจ ในการ ส่งเสริม การตลาด	4.32	0.61	มาก
รวม	4.20	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.2 ผู้ใช้บริการมีความ
พึงพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการที่
โอทีสาขาท่าพระในภาพรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X}$ =4.20) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
ด้านที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่
ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีระดับความ
พึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.32) รองลงมาคือ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจ
ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.25) ด้านราคามีความพึง
พอใจระดับมาก ($\bar{X}$ =4.10) และด้าน
ผลิตภัณฑ์และบริการความพึงพอใจ ระดับ
มาก ($\bar{X}$ =3.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึง
พอใจของ ผู้ใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และ
บริการ

ความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ	$\bar{x}$	S.D	ระดับ ความ พึง พอใจ
1.)สัญญาณ โทรศัพท์และ อินเทอร์เน็ต มี ความเสถียร	4.01	0.67	มาก
2.)อุปกรณ์ โมเด็มและกล่อง ทีวี ทนสมัย ง่าย ต่อการใช้งาน	3.73	0.65	มาก
3.)ความรวดเร็ว ในการติดตั้ง อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์บ้าน	3.91	0.75	มาก

4.)ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงานในการซ่อมแซม	4.08	0.68	มาก
5.)การให้บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์มีขั้นตอนที่เหมาะสม ชัดเจน และคล่องตัว	4.23	0.68	มาก
รวม	3.99	0.68	มาก

จากตาราง 4.3 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดได้แก่ การให้บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ มีขั้นตอนที่เหมาะสม ชัดเจน และคล่องตัว โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.23$) รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็ว ในการติดต่อประสานงานในการซ่อมแซม โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$) ต่อมา สัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) ความรวดเร็วในการติดตั้งอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์บ้านมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) และ อุปกรณ์โมเด็มและกล่องทีวี ทันสมัย ง่ายต่อการใช้งานมีความพึงพอใจในระดับ มาก ($\bar{X}=3.73$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านราคา

ความพึงพอใจด้านราคา	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1.)ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หลัก	4.05	0.62	มาก
2.)ช่องทางการชำระเงินมีความเหมาะสม	4.15	0.62	มาก
รวม	4.10	0.62	มาก

จากตาราง 4.4 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดได้แก่ ช่องทางการชำระเงินมีความเหมาะสม โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) รองลงมา คือ ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หลัก โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ ของ
ผู้ให้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจ ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D	ระดับ ความ พึง พอใจ
1.)สถานที่ตั้ง สะดวกต่อการ เข้ามาใช้บริการ	4.16	0.76	มาก
2.)ภายใน ศูนย์บริการมี ความ สะดวกสบาย เหมาะสมกับการ ให้บริการ	4.17	0.80	มาก
3.)ศูนย์บริการมี ภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ	4.42	0.59	มาก
รวม	4.25	0.72	มาก

จากตาราง 4.5 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X}=4.25$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดได้แก่ ศูนย์บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีน่าเชื่อถือ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.42$) รองลงมาคือ ภายในศูนย์บริการมีความสะดวกสบายเหมาะสมกับการให้บริการ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) และสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ ของ
ผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจ ในด้านการ ส่งเสริม การตลาด	$\bar{x}$	S.D	ระดับ ความ พึง พอใจ
1.)สื่อโฆษณา ผลิตภัณฑ์มี ความเหมาะสม กับภาพลักษณ์	4.08	0.72	มาก
2.)กิจกรรม ส่งเสริมการขาย สามารถเข้าถึง ลูกค้าได้ง่าย	4.21	0.65	มาก
3.)พนักงาน นำเสนอสินค้า ได้ชัดเจน น่าสนใจ	4.40	0.57	มาก
4.) พนักงานมี ความรู้ความ เชี่ยวชาญใน ผลิตภัณฑ์	4.57	0.50	มาก
รวม	4.32	0.61	มาก

จากตาราง 4.6 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดได้แก่ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ โดยมีความพึงพอใจ

โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$)
ถัดมาด้าน กิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถ
เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย โดยมีความพึงพอใจใน
ระดับมาก ($\bar{X}= 4.21$) และ สื่อโฆษณา
ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับภาพลักษณ์
โดยมีความพึงพอใจในระดับ มาก ($\bar{X}=4.08$)
ตามลำดับ

สรุปผลโครงการงานสหกิจศึกษา

จากผลการสำรวจพบว่าด้านที่
ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้าน
ผลิตภัณฑ์และบริการ ในหัวข้ออุปกรณ์
โมเต็ม และ กล้องทีวี ทันสมัยง่ายต่อการใ้
งาน ดังนั้นศูนย์บริการควรมีการจัดทำคู่มือ
การใช้งานอุปกรณ์ที่ละเอียดครบถ้วน และมี
ภาพประกอบแสดงเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน
และควรมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำการใช้งาน
เพื่อที่ลูกค้าจะสามารถนำอุปกรณ์ไปใช้งาน
ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

นอกเหนือจากนี้ผู้ให้บริการยัง
ต้องการให้ปรับปรุงความสะอาดและความ
สะดวกในการใช้บริการห้องน้ำ ดังนั้นต้องมี
ป้ายบอกทางที่ชัดเจนเพื่อความเข้าใจตรงกัน
และมีการประสานงานไปยังฝ่ายที่รับผิดชอบ
เพื่อของบประมาณในการปรับปรุงห้องน้ำ
ต่อไป

สรุปการผลทำโครงการงานสหกิจศึกษา

ด้านวิชาการ

1.ได้นำความรู้และทฤษฎีที่ได้ศึกษา
ในมหาวิทยาลัยมาใช้ในการประกอบการทำ
โครงการ เช่น โครงสร้างของส่วนประสม
ทางการตลาด (4 P's) และ ทฤษฎีลำดับขั้น
ความต้องการของมาสโลว์

2.ได้เรียนรู้โครงสร้างองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร และกระบวนการทำงาน
ของศูนย์บริการที่โอทีสาขาท่าพระ

3.ได้รู้ผลประเมินระดับความพึง

พอใจของผู้ใช้บริการ ของ ศูนย์บริการที่โอที
สาขาท่าพระ

ด้านสังคม

ได้เรียนรู้และพัฒนาตนเองในการทำงาน เป็น
ทีม ได้ฝึก ความรับผิดชอบในการทำงาน
ร่วมกับผู้อื่น เกิดความสามัคคี เกิดมิตรภาพที่
ดี การแบ่งเบาระหน้าที่รับผิดชอบ บน
พื้นฐานของความเข้าใจและไว้วางใจซึ่งกัน
และกัน

ปัญหาที่พบจากการทำโครงการงานสหกิจศึกษา

1.คณะผู้จัดทำยัง ไม่มีประสบการณ์
ในการจัดทำโครงการงานสหกิจศึกษา และมี
ระยะเวลาที่จำกัด

2.ผู้ให้บริการบางรายไม่สะดวกใน
การตอบแบบสอบถามเนื่องจากมีปัญหาใน
การอ่านตัวอักษร

3.คณะผู้จัดทำไม่มีความรู้เกี่ยวกับ
ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ ของ บริษัท ที่โอ
ที จำกัด (มหาชน) จึงทำให้ต้องใช้เวลาใน
การศึกษาและทำความเข้าใจโดยใช้เวลา
พอสมควรและ โครงการงานสหกิจนั้นมีเนื้อหา
และขั้นตอนที่เยอะและละเอียดจึงทำให้เกิด
ข้อสงสัยและสร้างความสับสนในบางหัวข้อ
ของการทำโครงการงาน

แนวทางการแก้ปัญหาการทำโครงการงานสหกิจศึกษา

1.ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา หากเกิด
ข้อสงสัยในการทำโครงการงานสหกิจศึกษา

2. ใช้การอ่านข้อความให้ผู้มาใช้บริการฟังและช่วยอำนวยความสะดวกให้

3. พยายามศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จากพนักงานที่ปรึกษาและจากอินเทอร์เน็ต

สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ด้านวิชาการ

1. ได้เรียนรู้การคัดแยกเอกสาร และการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร
2. ได้เรียนรู้ขั้นตอนการติดต่อประสานงาน ในแต่ละหน่วยงาน
3. ได้เรียนรู้การใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูปของทีโอที
4. ได้เรียนรู้เกี่ยวกับระบบการรับแจ้งปัญหาการใช้งานผลิตภัณฑ์
5. สามารถอธิบายเงื่อนไขเอกสาร และค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้ผู้มาใช้บริการได้รับทราบ

6. มีประสบการณ์ในการดำเนินการตามความประสงค์ของผู้มาใช้บริการ

ด้านสังคม

1. ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานร่วมกับผู้อื่นในการทำงานจำเป็นจะต้องมีการติดต่อ ประสานงานกับผู้อื่นตลอดเวลา การได้ร่วมแสดงความคิดเห็น อย่างมีเหตุผล
2. การมีสามัญสำนึกในด้านต่างๆ เช่น ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา การมีสัมมาคารวะต่อพนักงานและผู้ที่มาใช้บริการ ด้วยกิริยาและการพูดจาที่ดี เป็นต้น

ปัญหาที่พบในการปฏิบัติสหกิจศึกษา

1. เนื่องจากนักศึกษายังไม่ค่อยมีประสบการณ์ในการทำงานจึงไม่สามารถตอบคำถามและแนะนำลูกค้าได้ครบถ้วนสมบูรณ์โดยลำพังได้

2. ระบบงานบริการลูกค้ามีความซับซ้อนและหลากหลายขั้นตอนจึงทำให้เป็นเรื่องยากสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์น้อย ในการดำเนินการในเรื่องต่างๆ ให้กับผู้มาใช้บริการ

3. เกิดการผิดพลาดในการทำงาน เช่น บันทึกข้อมูลผิดหรือไม่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในภายหลังได้

แนวทางแก้ไข

1. หมั่นศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากพนักงานที่ปรึกษา
2. เมื่อพบปัญหาหรือมีข้อสงสัย ควรปรึกษานักงานที่ปรึกษา
3. ต้องใช้ความละเอียดและความรอบคอบในการบันทึกข้อมูลและต้องตรวจสอบความถูกต้องก่อนบันทึกข้อมูลในระบบทุกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

1. ก่อนเข้าไปฝึกงานควรศึกษาการทำงานและมีการเตรียมพร้อมในการทำงาน
2. ถ้าในการทำงานเกิดความไม่เข้าใจระหว่างการทำงานควรสอบถามจากบุคลากรที่รับผิดชอบในส่วนงานนั้นๆ เพื่อไม่ให้งานเกิดความผิดพลาด
3. การทำงานควรจดรายละเอียดสำคัญต่างๆ ในระหว่างการทำงาน เพื่อให้สามารถ เข้าใจในการทำงานได้มากขึ้น

4. ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความอดทนและมีความ
ฉลาดทางอารมณ์ต่อการทำงาน และ ต้องมี
ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

5. ต้องรู้จักปรับตัวให้เข้ากับองค์กร
และปฏิบัติตามกฎระเบียบของทางองค์กร
อย่างเคร่งครัด

6. ใส่ใจในการทำงาน อดทน และมี
ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

บรรณานุกรม

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). จิตวิทยาการ
บริการ. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด
(มหาชน)

ชูชัย สมิตธิไกร . (2556). พฤติกรรม
ผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บริษัท
วี.พรินท์ (1991) จำกัด

สมยศ นาวิการ . (2539). ทฤษฎีองค์กร. .
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). หลักการตลาด
(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

The background of the page features a large, faint, circular seal of Siam University. The seal contains the university's name in Thai script (มหาวิทยาลัยสยาม) and English (SIAM UNIVERSITY), along with a central emblem and decorative elements.

ภาคผนวก -จ- โปสเตอร์



ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ
(The satisfaction of service user TOT Public Company Limited)
นายจรรย์ยศ อติชาติพงศ์พันธ์ และ นางสาวบุญยวีร์ เขี่ยมพิเศษกุล



บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Excel สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย



ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.20$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.32$) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.25$) ถัดมาคือด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.10$) และด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=3.99$) ตามลำดับ
คำสำคัญ : ความพึงพอใจ / ผู้ใช้บริการ / บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

ขอบเขตของโครงการ

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ
3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระจำนวน 100 คน
4. ขอบเขตด้านเวลา เริ่มปฏิบัติงานวันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึง วันที่ 30 สิงหาคม 2562

สรุปผลโครงการสหกิจศึกษา

จากผลการสำรวจพบว่าด้านที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในหัวข้ออุปกรณ์โมเด็ม และ กล้องทีวีทันสมัยยังต้องการใช้งาน ดังนั้นศูนย์บริการควรมีการจัดทำคู่มือการใช้งานอุปกรณ์ที่ละเอียดครบถ้วน และมีภาพประกอบแสดงเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจนและควรมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำการใช้งานเพื่อให้ลูกค้าจะสามารถนำอุปกรณ์ไปใช้งานได้ดียิ่งขึ้นประสิทธิภาพ

ประวัติคณะผู้จัดทำ



ชื่อ: นายขจรยศ อติชาติพงศ์พันธ์

รหัสนักศึกษา: 5904300327

คณะ: บริหารธุรกิจ

สาขาวิชา: การจัดการทั่วไป

ที่อยู่: 11 ซอยเพชรเกษม 42 ถนน เพชรเกษม แขวง บางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160

ผลงาน: โครงการเรื่อง ความพึงใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ

ประวัติคณะผู้จัดทำ



ชื่อ: นางสาวบุญยวีร์ เยี่ยมพิเศษกุล

รหัสนักศึกษา: 6004300061

คณะ : บริหารธุรกิจ

สาขาวิชา: การจัดการทั่วไป

ที่อยู่ : 4/188 ซ.อนามัยงามเจริญ 11 แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150

ผลงาน : โครงการเรื่อง ความพึงใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทีโอที สาขาท่าพระ