

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่าง  
อลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

SUCCESS FACTORS OF BUSINESS SERVICES IN ALUMINUM  
WINDOW AND DOOR INSTALLATION IN THE BANGKOK  
METROPOLITAN REGION

ภัสสร เกษลักษ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่าง  
อตุมนิยามในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ภัตสร เกษลักษณ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2561


ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี


หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่าง  
อลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
Success Factors of Business Services in Aluminum Window and  
Door Installation in the Bangkok Metropolitan Region

ชื่อ - นามสกุล นางสาวภัศรา เกษลักษ์ณ์  
วิชาเอก การจัดการทั่วไป  
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยนันท์ นูระวัฒน์, ปร.ค.  
ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อดิศักดิ์ จันทระประภาเลิศ, D.B.A.)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร ฤทธิมา, ปร.ค.)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยนันท์ นูระวัฒน์, ปร.ค.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

  
..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายกรพี ชัยมงคล, ปร.ค.)

วันที่ 5 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2561

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่าง อลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวภัทสร เกษลักษณ์
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยนัทร บุระวัฒน์, ปร.ด.
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างจากผู้ประกอบการอิสระที่ให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 ราย และปริมณฑล 8 ราย ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาาระยะในการศึกษาจากเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2559 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561

ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพที่มีผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการ ประกอบด้วย การมีเครื่องมือที่ทันสมัย มีวัสดุอุปกรณ์ที่เพียงพอต่อการให้บริการ การตกแต่งหน้าร้านทั้งภายในและภายนอก การสื่อสารที่ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการเอาใจในระหว่างการให้บริการ และพบว่าปัจจัยด้านประสบการณ์ลูกค้าที่มีผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการ ประกอบด้วย คุณสมบัตินักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย การเอาใจใส่ในขณะที่ให้บริการ มีความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการ สามารถให้คำแนะนำที่เกี่ยวกับทางเลือกที่หลากหลายของผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลังการติดตั้ง การติดต่อประสานงานที่มีระบบ สามารถติดต่อได้ตลอดเวลาและสะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้ยังพบว่าความพึงพอใจจากลูกค้า การให้บริการด้วยราคาที่เหมาะสม และการให้บริการที่ดีมีคุณภาพในการบริการ

**คำสำคัญ:** ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ประสบการณ์ลูกค้า ธุรกิจบริการ

<b>Independent Study Title</b>	Success Factors of Business Services in Aluminum Window and Door Installation in Bangkok Metropolitan Region
<b>Name - Surname</b>	Miss Passorn Ketsalak
<b>Major Subject</b>	General Management
<b>Independent Study Advisor</b>	Assistant Professor Piyachat Burawat, Ph.D.
<b>Academic Year</b>	2018

## ABSTRACT

The study aimed to identify the success factors in the service business of aluminum door and window installation in Bangkok and its vicinity.

The qualitative research used an in-depth interview and a semi-structured questionnaire with two independent operators who provided installation services for aluminum windows in Bangkok and eight operators in the vicinity. Content analysis was used to analyze the data collected from July 2016 to March 2018.

Results of the study revealed that the factor of quality affected the success of entrepreneurs comprising having modern tools, enough materials provided for decoration both inside and outside of the shop, and paying attention to customers in service. Additionally, it was found that the factors of customer experience affecting the entrepreneurs' success included qualifications of employees with good relationship, getting dressed appropriately while providing services, having knowledge, ability and expertise in providing advice regarding choices of a wide range of products. After the installation, the service should be easy to contact at any time, convenient and fast. The customers' satisfaction also depended on reasonable prices and good - quality services.

**Keywords:** critical success factor, customer experience, business services

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร บุระวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำการศึกษายกกราบขอพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศักดิ์ จันทรประภาเลิศ ประธานกรรมการสอบ และกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร คูพิมาย ที่ได้ให้ความกรุณาในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงาน รวมทั้งเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และญาติพี่น้องทุกคนที่มอบความห่วงใย มอบกำลังใจ และให้การสนับสนุนการศึกษา และคณะครู - อาจารย์ ที่ให้การสนับสนุนและประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และเพื่อน ๆ 57/2 ทุกคนกับมิตรภาพที่ดีและกำลังใจที่มีให้กันตลอดมา

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง หากการค้นคว้าอิสระนี้ขาดตกบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ประการใด ขอกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย



ภัตสร เกษลักษ์ณ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
บทที่ 1 บทนำ.....	9
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	9
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	10
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	11
1.4 คำจำกัดความในการวิจัย.....	11
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ.....	14
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจให้บริการ.....	17
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพองค์กรลูกค้า.....	21
2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบอรัมเนียม.....	24
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
3.4 การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล.....	37
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ .....	39
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	39
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	41
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	63
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	63
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย .....	68
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย .....	71
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต .....	71
บรรณานุกรม .....	73
ภาคผนวก .....	76
ประวัติผู้เขียน .....	83





## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ตารางคุณสมบัติของประตูหน้าต่าง.....	25
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	38
ตารางที่ 4.2 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ .....	41
ตารางที่ 4.3 ความไว้วางใจได้ในการให้บริการ.....	43
ตารางที่ 4.4 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า.....	45
ตารางที่ 4.5 การเอาใจใส่ในการให้บริการ .....	46
ตารางที่ 4.6 ปัจจัยด้านพนักงาน .....	48
ตารางที่ 4.7 ปัจจัยด้านการบริการ .....	50
ตารางที่ 4.8 ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย.....	51
ตารางที่ 4.9 ปัจจัยด้านกระบวนการ .....	53
ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านการสื่อสาร .....	55
ตารางที่ 4.11 ปัจจัยด้านราคา .....	56
ตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านความสำเร็จ.....	62



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากบ้านหรือที่พักอาศัยเป็นสิ่งสำคัญของปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เป็นอย่างยิ่งซึ่งบ้านหรือที่พักอาศัยถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกหนึ่งประการในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ในสังคม ซึ่งที่อยู่อาศัยเป็นสัญลักษณ์ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเกียรติยศและสถานภาพความเป็นอยู่ทางสังคม ดังนั้นมนุษย์จึงแสวงหาที่อยู่อาศัยที่ดี มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการ ทำให้เห็นถึงสภาพทางสังคมในปัจจุบันที่มีจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดความต้องการที่จะสร้างที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น หรือมีความต้องการที่จะปรับปรุงซ่อมแซม ขยาย ต่อเติม ที่อยู่อาศัยเดิมให้ดีขึ้น จึงทำให้เกิดธุรกิจก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ขึ้นมาซึ่งธุรกิจก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ในแต่ละปี ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ถือเป็นกลไกอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจให้กับประเทศเป็นอย่างมาก ธุรกิจก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างเป็นระบบที่มีความต่อเนื่องเป็นลูกโซ่กัน จากธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำพร้อมกับมีการจ้างงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีการใช้คนจำนวนมากในการดำเนินงานก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ ดังนั้นธุรกิจการรับเหมาคิดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีความสำคัญกับธุรกิจก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์เป็นอย่างมาก เพราะการที่จะสร้าง ปรับปรุงซ่อมแซม ขยาย ต่อเติม บ้าน คอนโดมิเนียม โรงแรม หรือแม้แต่อาคารนั้นสิ่งที่จะขาดไม่ได้เลยคือประตูและหน้าต่าง ซึ่งคิดเป็นมูลค่าผูกพันกับโครงการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ประมาณร้อยละ 5 ของธุรกิจก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ และอาจกล่าวได้ว่ายิ่งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการเติบโตมากขึ้นเท่าไร ธุรกิจรับเหมาคิดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมก็ย่อมเติบโตตามขึ้นด้วยเช่นกัน (วสุวัฒน์ แซ่หลู่,2559)

ปัจจุบันในการประกอบการของธุรกิจให้บริการคิดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมมีความเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการเติบโตเพิ่มขึ้นในช่วง 5 เดือนแรกของปี พ.ศ.2559 มีความต้องการ 33,250 หน่วย และการเติบโตประมาณร้อยละ 27.7 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2559) ซึ่งในการประกอบธุรกิจการ

ให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมนั้นถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีดำเนินการอย่างแพร่หลายทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการประกอบติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมต้องมีการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจให้มีความแตกต่างและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการทั้งผู้ประกอบการเดิมและผู้ประกอบการรายใหม่ที่เป็นคู่แข่งในการดำเนินธุรกิจเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

ดังนั้นในการประกอบธุรกิจทุก ๆ ธุรกิจนั้นจะต้องมีหลักการในการดำเนินงานและหลักการในการดำเนินการที่แตกต่างกันออกไปเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งหลักการต่าง ๆ นั้นอาจจะเป็น แนวทาง กลยุทธ์ นโยบายหรือขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ซึ่งอาจจะเกิดจากปัจจัยในด้านคุณภาพการบริการ หรือปัจจัยด้านประสบการณ์จากลูกค้าที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของสมาชิกในองค์กรที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้ธุรกิจเกิดความสำเร็จในรูปแบบที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงกับการปฏิบัติงานของบุคลากรในทุกระดับให้มุ่งเน้นในวิสัยทัศน์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานและเจ้าของธุรกิจการประกอบติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมเข้าใจในสิ่งที่ต้องทำ และเพื่อให้ได้ความสำเร็จของธุรกิจที่ตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ หากปราศจากปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว วิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลผู้ประกอบการธุรกิจการประกอบติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษา จึงประสงค์จะศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อต้องการทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพบริการและปัจจัยด้านประสบการณ์ลูกค้าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจและผลจากการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสม รวมถึงนำไปพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค สร้างความได้เปรียบทางธุรกิจและเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.2.2 เพื่อศึกษาด้านประสบการณ์ลูกค้าที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้มีการกำหนดขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1.3.1 ด้านระยะเวลาดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2559 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561

1.3.2 ด้านเนื้อหาและข้อมูลในการศึกษาเรื่อง ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในด้านต่าง ๆ รวมทั้งศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.3.3 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 10 คน

### 1.4 คำจำกัดความในการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุคลากร

คุณภาพบริการ หมายถึง คุณภาพบริการของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ เป็นสิ่งที่สัมผัสได้มีลักษณะกายภาพที่ปรากฏให้ชัดเจน เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร เอกสาร และในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และสามารถช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงการให้บริการที่ตั้งใจของพนักงานได้อย่างชัดเจน

ความไว้วางใจได้และความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การให้บริการของพนักงานนั้นต้องมีความสามารถในการสื่อสารให้กับผู้รับบริการ ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และความสม่ำเสมอ ทำให้ผู้ที่รับบริการรู้สึกไว้วางใจ และได้รับการบริการที่น่าเชื่อถือ

การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การให้บริการของพนักงานด้วยความสามารถในการบริการด้วยความเต็มใจและเต็มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที และสะดวกสบาย

การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีทักษะความรู้ และความสามารถในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

การเอาใจใส่ (Empathy) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน

ปัจจัยประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง การสร้างประสบการณ์แบบองค์รวมที่ทุกจุดสัมผัส (All touch point) เป็นการบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์เชิงบวกกับองค์กร และเพื่อเป็นการระดมองค์รวมแห่งประสบการณ์ที่จะนำไปสู่การสร้างสมความรู้สึกลึก ๆ ที่มีต่อกันซึ่งจะยึดลูกค้าไว้อย่างแข็งแกร่ง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ความสำเร็จ หมายถึง เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ต้องทำให้องค์กรมีหรือให้เกิดขึ้นให้ได้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรตามวิสัยทัศน์ที่องค์กร ได้ตั้งไว้ ซึ่งอาจมีปัจจัยหลักที่เป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กรจะยึดเป็นหลักที่เป็นรูปธรรมในการยึดและโยงการปฏิบัติงานในทุก ๆ ระดับ ให้มีมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการวิจัยนำมาซึ่งข้อมูลดังต่อไปนี้ คือ

1.5.1 ผลจากงานวิจัย สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการจัดการในการประกอบธุรกิจบริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม เพื่อให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันกับธุรกิจบริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมได้

1.5.2 ผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นข้อมูลในการบริหารธุรกิจติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจจะดำเนินกิจการในธุรกิจนี้

1.5.3 ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับนักวิชาการที่สนใจศึกษาวิจัย  
แนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและนำไปใช้ในการวิจัยด้าน  
การตลาดและการบริหารธุรกิจสำหรับธุรกิจบริการอื่น ๆ ต่อไป



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาว่าเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวเพื่อใช้ในการประกอบการวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสบการณ์ลูกค้า
- 2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอลูมิเนียม
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical success factor: CSF) คือ ปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่ต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ หรือก็คือเป็นการให้หลักการและแนวทาง หรือวิธีการที่องค์กรจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ได้ แต่ละองค์การจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นหลัก หมายที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กรรู้ว่าต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนอง วิสัยทัศน์ หากปราศจากปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว วิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนอง อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเสมือนเครื่องมือหรือวิธีการฝึกการ แยกแยะและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่จะเร่งดำเนินการให้ดีที่สุด เพื่อการบรรลุเป้าหมายการ ประกอบการที่เหนือกว่าในกลุ่มอุตสาหกรรมนั้น ๆ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริการลูกค้า ปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้จะ สอดคล้องกับกลยุทธ์ของความต่าง ตลอดทั้งมีกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยจะสามารถ วัดค่าปัจจัยแห่งความสำเร็จได้โดยมีการแบ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จออกเป็นในด้านปัจจัย ด้านลูกค้า กระบวนการภายในธุรกิจ การเรียนรู้และ การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และเป็นปัจจัยอื่น ๆ เพื่อสามารถ วัดผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ได้

ปัจจัยทางการเงินที่ใช้วัดความสำเร็จได้แก่ ผลกำไร สภาพคล่องของกิจการหรือธุรกิจทั้ง กระแสเงินสด ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ผลตอบแทนของสินทรัพย์ ผลตอบแทนของสินค้า คงเหลือและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับ นอกจากนี้ยังวัดค่าจากการขายสินค้าได้

ปัจจัยด้านลูกค้า ก็ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้วัดถึงความสำเร็จต่าง ๆ ของการดำเนินงานที่สามารถวัดค่าของปัจจัยแห่งความสำเร็จได้ ซึ่งเป็นการวัดค่าความพึงพอใจของลูกค้า ว่ามีการตอบกลับจากลูกค้าว่าเป็นอย่างไรหรือ ใช้วิธีในการสำรวจลูกค้า การประเมินตัวแทนจำหน่าย และความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่ายความเร็วและถูกต้องในการส่งสินค้า คุณภาพของสินค้า ค่าใช้จ่ายในการรับประกันสินค้า ความสามารถในการทำการตลาดและการขาย โดยอ้างอิงจากแนวโน้มของยอดขาย กิจกรรมสำรวจตลาดและ การฝึกอบรมพนักงาน

ปัจจัยด้านกระบวนการภายในธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่วัดความสำเร็จของธุรกิจเพราะหากระบบการบริหารและการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ไม่มีประสิทธิภาพแล้ว โดยแม้จะมียอดขายที่สูงก็อาจจะไม่รับผลตอบแทนอย่างที่ควรจะเป็น ซึ่งจำเป็นต้องวัดคุณภาพของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของสินค้า ว่ามีจำนวนของเสียอยู่ในระดับที่ควบคุมได้หรือไม่ มีค่าใช้จ่ายในการรับประกัน มี การซ่อมแซมสินค้าหรือแม้แต่การชดเชยสินค้ามาน้อยเพียงใด โดยประสิทธิภาพของการผลิตสินค้า ทั้งในการใช้วัตถุดิบ แรงงานหรือแม้แต่เครื่องจักร ซึ่งทั้งหมดสามารถพิจารณาว่ามีจำนวนครั้งของการ เกิดผลกระทบรุนแรงแค่ไหน ระดับใด โดยทั้งหมดต้องขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง แก่ไขการผลิตอีกด้วย

McKinsey Global Institute (1998) ได้แนวคิดการใช้ปัจจัยแห่งความสำเร็จมาจากหลักการ ทำสงครามของทหาร แม้คินซีย์ได้วิเคราะห์การเติบโตของการวางแผนธุรกิจ (Business Planning) ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 และเห็นว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเครื่องมืออันหนึ่งของผู้บริหารในการจัดลำดับความสำคัญของการจัดการและการดำเนินธุรกิจ ซึ่งนอกเหนือจากการเรียงลำดับความสำคัญแล้ว ยังเป็นเครื่องมือตรวจสอบความแข็งแกร่งขององค์กรในการบรรลุเป้าประสงค์ที่สำคัญ คือ ด้านการตลาด เพื่อให้ได้มาซึ่งยุทธศาสตร์การตลาดที่ดี

การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (CSF Analysis) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการยกระดับผลประกอบการให้สูงขึ้น (Higher Performance) ซึ่งประเด็นนี้จะถือว่าเป็นสิ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการติดตามผลการดำเนินการ (Monitoring System) สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้น มีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่

1) ความมุ่งมั่น (Drive) ในชีวิตจริงแล้วการมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ (Personal Mastery) เป็นหัวใจสำคัญประการแรกที่ทุกคนต้องประพฤติปฏิบัติ เมื่อมีความเพียรอยู่ที่ไหน ความสำเร็จย่อมอยู่ที่



นั่น ผู้ประกอบธุรกิจทุกคนควรพึงจดจำไว้เสมอว่าไม่มีความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ใด ๆ ที่จะได้โดยปราศจากความเพียรพยายาม

2) ภูมิปัญญา (Knowledge/Wisdom) ไม่ว่าจะจะเป็นความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทั้งทางด้านเทคนิคและด้านการบริหารที่ต้องมีอย่างครบถ้วน

3) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มพูนภูมิพลังแห่งปัญญาอยู่ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจอย่างมากมายมหาศาล

4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Personal Creativity) อันเนื่องมาจากรูปแบบวิถีคิด (Mental Ability) ที่จะก่อให้เกิดมุมมองแปลกใหม่ (New Paradigm) ที่แตกต่างไปจากผู้อื่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ สามารถที่จะแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) เพื่อนำมาบริหารและพัฒนาให้เกิดเป็นคุณค่าแก่ธุรกิจของตน ทั้งในด้านของการปรับปรุงระบบงานทั่วไป ระบบการผลิต ระบบการตลาด และระบบการบริการลูกค้า ตลอดจนระบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

5) มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร (Human Relations & Communications Ability) ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสาร ให้บริการแก่ลูกค้าและบริหารทีมงานขนาดเล็กให้มีความมุ่งมั่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเข้าใจในทิศทาง กลยุทธ์ และ วิถีปฏิบัติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างสอดคล้องกัน โดยพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการที่จะเป็นทั้งเจ้าของกิจการ และผู้จัดการในเวลาเดียวกันนั้น ก็คือ เซาว์อารมณ์ หรือ ความฉลาดรู้ทางอารมณ์ (Emotional Quotient - EQ)

6) ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ (Problem Solving & Decision Making Skill) ในการประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้น บ่อยครั้งที่จะต้องเผชิญกับปัญหาเชิงระบบของตัวธุรกิจ รวมถึงปัญหารายวันที่เกิดแก่ลูกค้าและสินค้า บริการ ความเข้าใจในตัวปัญหา เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจ ตลอดจนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าเพื่อตัดสินใจจะเป็นทักษะที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี

7) การบริหารเวลา (Time Management) ความยุติธรรมเพียงประการเดียวที่ปรากฏอยู่บนโลกนี้ ก็คือ เวลาของทุกคนนั้นมีจำนวนชั่วโมง 24 ชั่วโมงเท่ากัน ขึ้นอยู่กับว่าใครจะใช้ให้หมดไปในลักษณะใด เวลาสำหรับเจ้าของธุรกิจมีคุณค่ายิ่ง ทำอย่างไรจึงจะเกิดคุณประโยชน์ แก่ลูกค้า แก่ครอบครัว และแก่สุขภาพส่วนตัวปัจจัยทั้งหมดเป็นเพียงปัจจัยขั้นพื้นฐาน ยังมีสิ่งที่เจ้าของธุรกิจควรมีอีกมากมายหลายประการ อาทิ ความเป็นผู้นำความสามารถในการบริหาร การมอบหมายงาน การกำกับดูแล เป็นต้น แต่ก็มีได้เป็นประเด็นที่น่าวิตกกังวลแต่อย่างใด หากเรามีการใฝ่เรียนรู้ด้วย “การเรียนรู้ตลอดชีวิต” (Lifelong Learning)

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจให้บริการ

### 2.2.1 ความหมายของการให้บริการธุรกิจให้บริการ

งานให้บริการเป็นงานที่สร้างความพึงพอใจและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ในการให้บริการจะต้องมีการปฏิบัติงานในด้านการให้บริการ หากในการให้บริการนั้นมีความล้มเหลวหรือมีความเสียหายเกิดขึ้นต้องมีการปรับปรุงแก้ไขการบริการให้ดีขึ้น และผู้ที่รับผิดชอบในหน้าที่ให้บริการต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และต้องมีตระหนักเสมอว่า “การให้บริการที่ดีหรือไม่ดีนั้นขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของการให้บริการ” ซึ่งในการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพนั้นบุคลากรหรือพนักงานต้องมีการประยุกต์ใช้เทคนิคกลยุทธ์หรือทักษะต่าง ๆ ที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการใช้บริการ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้นิยามความหมายของการบริการไว้ ดังนี้

ความหมายของการให้บริการตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช (2525) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า “การให้บริการ” คือการปฏิบัติกร รับใช้ หรือให้ความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ในการใช้บริการ เช่น การที่พ่อค้าให้บริการแก่ลูกค้า พ่อค้าเป็นผู้ให้บริการ ลูกค้าเป็นผู้ใช้บริการ เป็นต้น

### 2.2.2 ความสำคัญของการให้บริการของธุรกิจให้บริการ

ในการให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจให้บริการ เป็นการดำเนินการที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อลูกค้า เพราะทุกธุรกิจไม่มีธุรกิจใดที่ดำเนินการแล้วไม่มีการให้บริการ ซึ่งในการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ตามนั้นต้องมีการให้บริการรวมอยู่ด้วย ธุรกิจการบริการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีการให้บริการที่ดี และธุรกิจการค้านั้นจะต้องการที่จะให้เกิดการขายซ้ำอีกครั้ง คือ การรักษากลุ่มลูกค้าเดิมที่มีอยู่และต้องการที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่ในการให้บริการและรักษากลุ่มลูกค้าเดิมไว้ เพื่อเกิดการขายซ้ำและมีการชักนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ

### 2.2.3 หลักการให้บริการของธุรกิจให้บริการ

เนื่องจากการให้บริการนั้นเป็นการดำเนินการที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อลูกค้าจึงต้องยึดหลักในการปฏิบัติในการดำเนินการที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อลูกค้าให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการ โดยมีหลักในการให้บริการมี ดังนี้ 1) ต้องสอดคล้องและตรงตามความต้องการของลูกค้า 2) ต้องทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด 3) ต้องปฏิบัติด้วยความถูกต้องและสมบูรณ์ครบถ้วน 4) ต้องมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ 5) ไม่ทำให้เกิดผลเสียแก่ลูกค้า

2.2.4 ลักษณะของการให้บริการของธุรกิจให้บริการ ซึ่งจะประกอบไปด้วย 5 ลักษณะ ดังนี้  
1) การให้บริการด้วยความเต็มใจ 2) การให้บริการด้วยความรวดเร็ว 3) การให้บริการที่ถูกต้อง  
4) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน 5) การให้บริการที่ทำให้เกิดความชื่นใจ

ลักษณะเด่นของการให้บริการต้องเน้นในการส่งเสริมให้เกิดการบริการที่ดี เช่น การแสดง  
อริยาศัยที่ดีในการให้บริการ ความสุภาพ และความเอาใจใส่ติดตามงาน สามารถช่วยในการแก้ปัญหาที่  
ลูกค้าต้องการรับความช่วยเหลือได้อย่างซื่อสัตย์สุจริตและต้องให้คำแนะนำให้กับลูกค้าได้เหมาะสม  
และเป็นประโยชน์

2.2.5 ประเภทการให้บริการของธุรกิจให้บริการสามารถแบ่งตามลักษณะทั่วไป  
ได้ 2 ประเภท คือ 1) การให้บริการโดยตรง ซึ่งเป็นการให้บริการหรือการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์  
ต่อลูกค้ารับบริการโดยตรง เช่น การบริการขายของให้ การให้บริการในการบรรจุหีบห่อให้  
การให้บริการจัดส่งสินค้าให้ เป็นต้น 2) การให้บริการทางอ้อม ซึ่งเป็นการดำเนินการที่ทำให้เกิด  
ประโยชน์ต่อลูกค้าที่รับบริการ โดยทางอ้อม เป็นลักษณะที่ดำเนินงานโดยไม่ได้พบเจอกับผู้ที่  
ให้บริการ เช่น ผู้ที่ให้บริการออกแบบและตกแต่งบ้านหรือห้องพักโดยให้บริการในด้านความสวยงาม  
และประโยชน์ใช้สอย เป็นการให้บริการและรับบริการระหว่างกันโดยไม่ต้องเจอกัน

#### 2.2.6 ทฤษฎีด้านคุณภาพการบริการ (Perceived Service Quality)

การศึกษาทางด้านของคุณภาพการให้บริการที่มีความสำคัญ คือ งานของ Gronroos และ  
งานของ Parasuraman และคณะสามารถสรุปได้ ดังนี้

2.2.6.1 Gronroos (1990) เสนอแนวความคิดที่เกี่ยวกับคุณภาพของการบริการที่  
เรียกว่า “ คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ ” (Perceived Service Quality: PSQ) และ “ คุณภาพที่  
ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด ” (Total Perceived Quality) เป็นแนวความคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม  
ของผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดจาก ความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าที่มีผลต่อ  
การประเมินคุณภาพของสินค้าหลังจากการรับบริการหรือบริโภคสินค้านั้นแล้ว Gronroos อธิบาย  
แนวความคิดเรื่อง คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมดโดยกล่าวว่าคุณภาพของการให้บริการที่ลูกค้าที่รับ  
บริการรับรู้ขึ้นเกิดจากการที่มีความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือคุณภาพที่  
ลูกค้าคาดหวัง (Expected Quality) และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้การให้บริการของ  
ลูกค้า (Experienced Quality)

ซึ่งโดยทั่วไปแล้วลูกค้าที่รับบริการจะเป็นผู้ประเมินคุณภาพของการบริการจากการ  
เปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวัง (Expected Quality) กับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้การ

บริการของลูกค้า (Experienced Quality) ว่าทั้งสองคุณภาพมีความสอดคล้องกันหรือไม่ และจะพิจารณารวมกับคุณภาพที่รับรู้ทั้งหมดทำให้สรุปผลเป็นคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ได้ซึ่งถ้าพิจารณาจากการเปรียบเทียบให้เห็นว่าคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ไม่สามารถเป็นไปตามคุณภาพที่คาดหวัง ทำให้ลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพของการบริการที่ไม่ดี

2.2.6.2 การศึกษาจากงานของ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการที่มีปัจจัยพื้นฐานที่มาจากผู้บริโภคในการใช้บริการเป็นผู้ที่ตัดสินใจในคุณภาพของการให้บริการซึ่งมี 10 ด้าน โดยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 ด้าน คือ ด้านการรับรู้และด้านการคาดหวัง มีรายละเอียด ดังนี้

1) ความไว้วางใจได้ (Reliability) การให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องไม่เกิดข้อผิดพลาด และให้บริการได้อย่างตรงตามเวลาที่ระบุไว้

2) การตอบสนอง (Responsiveness) การให้บริการด้วยความเต็มใจ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการด้วยความรวดเร็วตามความตรงการของลูกค้า

3) ความรู้ความชำนาญ (Competence) พนักงานที่การให้บริการต้องมีความรู้ความสามารถ และทักษะในงานที่ให้บริการ

4) การเข้าถึงบริการ (Access) การให้บริการต้องมีการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าในการติดต่อและการใช้บริการ

5) ความมีอัธยาศัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าต้องแสดงความสุขภาพต่อผู้ใช้บริการ ต้องมีบุคลิกภาพที่ดีและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

6) การติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานที่มีความสามารถในการอธิบายข้อมูลให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างถูกต้อง

7) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์กรและพนักงานจะต้องมีความเชื่อถือ และสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ

8) ความมั่นคง (Security) ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับการบริการที่ไม่มีอันตราย หรือปราศจากความเสี่ยงปัญหาต่าง ๆ

9) การเอาใจใส่ (Understanding) หมายถึง พนักงานจะต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการ

10) การสร้างสิ่งจับต้องได้ (Tangibles) สถานที่ให้บริการจะต้องมีความพร้อมสำหรับการบริการแก่ลูกค้า รวมทั้งบุคลิกภาพ การแต่งกายของผู้ให้บริการ

ต่อมา Parasuraman, Zeithaml และ Berry ได้นำปัจจัยทั้ง 10 ประการไปพัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพของการบริการที่เรียกว่า “SERVQUA” นำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในการประเมินคุณภาพให้เหลือเพียง 5 ด้านดัง ต่อไปนี้ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990; Lovelock, 1996)

1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ เป็นสิ่งที่สัมผัสได้มีลักษณะกายภาพที่ปรากฏให้ชัดเจน เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร เอกสาร และในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และสามารถช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงการให้บริการที่ตั้งใจของพนักงานได้อย่างชัดเจน

2) ความไว้วางใจได้และความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การให้บริการของพนักงานนั้นต้องมีความสามารถในการสื่อสารให้กับผู้รับบริการ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และความสม่ำเสมอ ทำให้ผู้ที่รับบริการรู้สึกไว้วางใจ และได้รับการบริการที่น่าเชื่อถือ

3) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การให้บริการของพนักงานด้วยความสามารถในการบริการด้วยความเต็มใจและเต็มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที่ และสะดวกสบาย

4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีทักษะความรู้ และความสามารถในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

5) การเอาใจใส่ (Empathy) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสบการณ์ลูกค้า

### 2.3.1 ความหมายของประสบการณ์

Bloom (1975) กล่าวว่า ประสบการณ์เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกได้ถึงสิ่งเฉพาะหรือสิ่งที่ทั่วไประลึกถึงวิธีการ กระบวนการและสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำสังเกตโดยแสดงออกมาในเชิงพฤติกรรมที่สามารถสังเกตและวัดได้

ชาวาล แพร์ตุนกุล (2536) กล่าวว่า ประสบการณ์เป็นสิ่งที่เคยรู้เห็นและทำมาก่อนทั้งสิ้นสามารถสร้างคำถามเพื่อวัดสมรรถภาพด้านนี้ได้หลายลักษณะด้วยกัน ลักษณะคำถามที่แตกต่างกันออกไปตามชนิดของความรู้ความจำแต่ก็จะมีลักษณะร่วมกันอยู่อย่างหนึ่งคือ เป็นคำถามที่ให้ระลึกถึงประสบการณ์ที่ผ่านมาที่จำได้ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของคำศัพท์ นิยาม และระเบียบแผน หรือหลักการทฤษฎีต่าง ๆ

อารี สุทธิพันธ์ (2533) กล่าวว่า ประสบการณ์ หมายถึง การรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ โดยตรงหรือในความหมายอีกแง่หนึ่งคือความเชี่ยวชาญหรือชำนาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง คำว่าประสบการณ์เป็นคำที่มนุษย์กำหนดขึ้นเพื่อที่จะอธิบายถึงสิ่งที่มนุษย์ได้สัมผัสหรือปะทะกับโลกภายนอก หลังจากได้มีประสบการณ์แล้วก็สามารถที่จะจำแนกแยกแยะสิ่งที่รับรู้ได้ เก็บสะสมเอาไว้เป็นความรู้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการรู้ตัวหรือมีสติ จึงเชื่อกันว่าเมื่อเรามีประสบการณ์มากก็จะสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้มาก

กิริติ บุญเจือ (2522) กล่าวว่า ประสบการณ์ของมนุษย์เกิดจากการสัมผัสระหว่างโลกภายนอกกับประสาทสัมผัส จึงสรุปได้ว่า ประสบการณ์ หมายถึง สิ่งที่อยู่โดยการรับรู้ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอก แต่เมื่อพูดลอย ๆ มักหมายถึงสิ่งที่รู้โดยการรับรู้ภายนอกเท่านั้น

จากความหมายสรุปได้ว่า ประสบการณ์ หมายถึง สิ่งที่ได้รับรู้โดยการสัมผัส เป็นการรับรู้จากภายนอก โดยเหตุการณ์ที่ได้รับผ่านการมีส่วนร่วมและสิ่งที่ได้รับการสัมผัสกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น ๆ หลังจากที่เราได้สัมผัสโดยตรงแล้วก็เกิดจะประสบการณ์ พฤติกรรมที่แสดงออกสามารถสังเกตและวัดได้ ซึ่งนอกจากนี้องค์ประกอบหลักของประสบการณ์ คือ อารมณ์และความรู้สึกที่เกิดการกระตุ้นในช่วงเวลาของประสบการณ์

### 2.3.2 ประเภทของประสบการณ์

ประดิพันธ์ อูปรมย์ (2540) กล่าวว่า มนุษย์สามารถรับรู้โดยผ่านประสบการณ์ได้ 2 ทางคือ ทางด้านประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อม ซึ่งสามารถนิยามความหมายได้ ดังนี้

ประสบการณ์ทางตรง คือ ประสบการณ์ที่บุคคลได้พบหรือสัมผัสด้วยตนเอง การที่บุคคลได้ปะทะกับสิ่งที่เกิดขึ้น ณ เวลานั้นทันทีทันใด ด้วยประสาทสัมผัสของบุคคลเอง

ประสบการณ์ทางอ้อม คือ ประสบการณ์ที่ผู้เรียนมิได้พบหรือสัมผัสด้วยตนเองโดยตรง แต่อาจได้รับประสบการณ์ทางอ้อมจาก การอบรมสั่งสอนหรือการบอกเล่า การอ่านหนังสือต่าง ๆ และการรับรู้จากสื่อมวลชนต่าง ๆ

จากความหมายสรุปได้ว่า ประสบการณ์เป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึก จากการที่ได้สัมผัสโดยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม จากเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งและมีความทรงจำ ทำให้แสดงพฤติกรรมออกมา ไม่ว่าจะเป็นการสนทนา การเขียน ซึ่งสอดคล้องกับความรู้สึกภายในของตน โดยมีอารมณ์ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นพื้นฐาน ซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง อาจจะได้รับยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ประสบการณ์นี้อาจเปลี่ยนไปตามเวลา และสภาพแวดล้อมและสถานที่ได้

### 2.3.3 ประสบการณ์ลูกค้า

Hartel and Kennedy (2005) ได้อธิบายว่า ในด้านของประสบการณ์ของลูกค้าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามขั้นตอนวัฏจักรของลูกค้าในขั้นตอน ก่อนซื้อ ขณะซื้อ หลังซื้อ ซึ่งประสบการณ์ของลูกค้า การรับรู้และการตอบสนองทางอารมณ์ที่เป็นผลมาจากความหลากหลายของการติดต่อระหว่างบริษัทกับลูกค้า

Meyer and Schwager (2007) ได้อธิบายว่า ประสบการณ์ของลูกค้าเป็นความต้องการการตอบสนองที่เกิดขึ้นจากภายในของลูกค้า การติดต่อที่เกิดขึ้นที่ 2 ทาง คือ ทางตรงและทางอ้อม โดยทางตรง คือ ในระหว่างการซื้อและการใช้บริการ และทางอ้อมส่วนใหญ่เกิดจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ผ่านทางตราสินค้า การบอกต่อ การโฆษณา

Gentile et al. (2007) ได้อธิบายความหมายของ ประสบการณ์ของลูกค้า เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัททั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการในทุกส่วน ปฏิภานที่เกิดขึ้นนี้เป็นประสบการณ์ส่วนบุคคลของลูกค้าในระดับต่าง ๆ ซึ่งเป็นเรื่องของเหตุผล อารมณ์ การสัมผัส ลักษณะทางกายภาพ และจิตวิญญาณ

จากความหมายที่นักวิชาการได้อธิบายไว้ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ประสบการณ์ของลูกค้า คือ การที่ลูกค้าได้มีกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวของลูกค้ากับองค์กรตั้งแต่ ก่อนซื้อ ขณะซื้อ และหลังซื้อ ที่มีต่อสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับ ความรู้สึกและอารมณ์ที่เกิดขึ้นนั้นผ่านการรับรู้และการตอบสนอง ในทุกช่วงเวลาที่เกิดการกระตุ้นนั้น ทำให้เกิดเป็นประสบการณ์ของลูกค้า

### 2.3.4 ปัจจัยประสพการณ์ของลูกค้า

กิตติชัย ศรีชัยภูมิ (2556) ได้อธิบายถึง ปัจจัยประสพการณ์ของลูกค้าทั้งหมด 6 ปัจจัย โดยการศึกษา และสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสพการณ์ของลูกค้า ดังต่อไปนี้

1) พนักงาน พฤติกรรมของพนักงานจะมีผลต่อปฏิสัมพันธ์ของลูกค้ากับองค์กร พนักงานถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของประสพการณ์ลูกค้าในการบริการ ซึ่งจะเกี่ยวข้องและมีความสอดคล้องกับการส่งมอบคุณภาพการบริการ ลูกค้าเกิดการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและรับรู้ได้ถึงประสิทธิภาพ โดยการแสดงออกในพฤติกรรมของพนักงานที่มีต่อลูกค้า เป็นสิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้ จากการทำงานของพนักงาน พนักงานถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญมีผลกระทบอย่างมากต่อการรับรู้ของลูกค้า และผลกระทบต่อคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการ

2) การบริการ ลูกค้าแต่ละคนจะมีความคาดหวังในการบริการที่แตกต่างกัน การให้บริการที่มีคุณภาพตรงตามความคาดหวังถือว่าเป็นหัวใจหลัก ซึ่งคุณภาพของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า และการเห็นคุณค่าของลูกค้าถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ให้บริการ การรักษามาตรฐานลูกค้าจึงมีความจำเป็นต้องรักษาคุณภาพของการให้บริการด้วย

3) ความสะดวกสบาย ลูกค้าต้องการความสะดวกสบายในใช้บริการทำให้มีการแข่งขันในการให้บริการมากขึ้น การให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนหรือการให้บริการต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งจะทำให้สามารถตอบสนองการใช้งานกับผู้ใช้บริการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

4) กระบวนการ กระบวนการหรือขั้นตอนในการบริการให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้แก่ การติดต่อ การเข้าถึงบริการและการให้บริการ กระบวนการให้บริการถือเป็นส่วนหนึ่งที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้นั้นต้องทำให้ลูกค้าสามารถเข้าใจกระบวนการได้โดยง่าย เนื่องจากการให้บริการมักจะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ หลายขั้นตอน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจำเป็นต้องมีการประสานงานที่ดีและเชื่อมโยงกัน หากขั้นตอนใดไม่ดีเพียงขั้นตอนเดียวอาจทำให้การบริการไม่เป็นที่น่าประทับใจกับลูกค้า

5) การสื่อสาร การสื่อสารการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อตราสินค้า ซึ่งการสื่อสารถือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างตราสินค้าผ่านช่องทางหนึ่ง เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจถึงตราสินค้าและบริการได้ตรงตามที่อยู่ผลิตต้องการจะสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ไม่ว่าจะสื่อสารด้วยคำพูด รูป รส กลิ่น เสียง โดยเครื่องมือต่าง ๆ ในการสื่อสาร เพื่อนำเสนอข้อมูลและชักจูงลูกค้าให้รู้จักสินค้านั้น อาทิ



โฆษณาการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้าเกิด ความสนใจ และเพื่อให้ช่วยเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้าที่มากขึ้น เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้

6) ราคา มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่แสดงออกมาในรูปจำนวนเงิน ผู้บริโภคจะต้องใช้เป็นเหตุผลก่อนการตัดสินใจซื้อ มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการ เนื่องจากลักษณะสินค้าที่ไม่มีตัวตนในเรื่องของการให้บริการใช้ทำนายคุณภาพการให้บริการก่อนการบริโภค ซึ่งราคาถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับเมื่อราคาสูงลูกค้าจะเกิดความคาดหวังในคุณภาพการบริการสูงด้วย เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้ประสบการณ์ของลูกค้า หากลูกค้ารับรู้ได้ถึงราคาที่สูงเกินไปไม่เหมาะสมลูกค้าอาจมองหาคู่แข่งรายอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการ ถ้าราคา มีความคุ้มค่าทำให้เกิดความพึงพอใจก็จะส่งผลต่อการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

จากแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยประสบการณ์ของลูกค้า สรุปได้ว่า ปัจจัยประสบการณ์ลูกค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้ประสบการณ์ของลูกค้า ลูกค้าเกิดความรับรู้ คิด วิเคราะห์ โดยมีปัจจัยเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการช่วยตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ได้รับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพ ทำให้เกิดความพึงพอใจและความประทับใจ เป็นสิ่งที่ลูกค้าได้สัมผัสโดยตรง จึงเกิดเป็นประสบการณ์ของลูกค้า

## 2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอลูมิเนียม

อลูมิเนียม เป็น โลหะชนิดหนึ่งคุณสมบัติเด่นคือมีน้ำหนักเพียง 1 ใน 3 ของเหล็ก แต่ให้ความคงทนแข็งแรงในระดับที่น่าพอใจและนิยมนำมาใช้ในการประกอบเป็นประตูหน้าต่างหรือแม้แต่การแบ่งส่วนห้องในการสร้างบ้าน ให้เนื้อวัสดุสีขาวใกล้เคียงกับเงิน มีความมันวาวหรืออาจชุบสีเพื่อความสวยงาม เป็นสื่อในการถ่ายเทอุณหภูมิความร้อนและเสียง ทำความสะอาดง่าย ทนทานต่อการสึกกร่อน แต่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะในกรดหรือด่างบางชนิดรวมทั้งไอที่เกิดจากความชื้น ไอที่เกิดจากความเค็มของทะเล แต่ถ้ามีการผสม โลหะชนิดอื่นเข้าไปในเนื้ออลูมิเนียม จะได้อลูมิเนียมที่แข็งแรงทนทานมากขึ้น

อลูมิเนียมถูกนำมาใช้ในเป็นวงกบประตูหน้าต่างอย่างแพร่หลาย ซึ่งจะใช้เป็นวัสดุทดแทนการใช้วงกบไม้มานานหลายสิบปี และยังคงได้รับความนิยมมาจนถึงทุกวันนี้ซึ่งวัสดุแต่ละประเภทก็มีจุดเด่น จุดด้อย แตกต่างกันไปตามพื้นฐานของมันเองในการเลือกใช้วัสดุสำหรับงานประตูหน้าต่างจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ที่จะทำให้เกิดความสะดวกสบายในการอยู่อาศัย เพราะประตูหน้าต่างเป็นส่วนสำคัญในเรื่องของการระบายอากาศภายในบ้านให้เกิดการถ่ายเทอากาศที่ดี การป้องกันความร้อน

จากแสงแดดหรือเสียงรบกวน และเพื่อความปลอดภัย อีกทั้งอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น ในปัจจุบันมีวัสดุหลายชนิดให้ได้เลือกใช้ นอกจากจะเลือกวัสดุจากความสวยงาม และราคาแล้ว สิ่งที่ต้องคำนึงถึง และมีความสำคัญมากก็คือ ความเหมาะสมกับการใช้งาน

#### 2.4.1 คุณสมบัติประตูหน้าต่างอลูมิเนียม

ตารางที่ 2.1 ตารางคุณสมบัติของประตูหน้าต่าง

คุณสมบัติ	อลูมิเนียม
1) ความคงทน แข็งแรง ทนทาน ต่อสภาพอากาศ	- ไม่มีปัญหาเรื่องสนิม - ไม่มีปัญหาเรื่องบวม หรือปลวกเหมือนวงกบไม้
2) ความสวยงาม และสีที่มีให้เลือก	- แพ้ความชื้น ไข่เค็มจากทะเล อาจเกิดการกร่อนตัวได้ - อลูมิเนียมในตลาดบนจะใช้เทคนิคทำสีแบบพิเศษ เช่น ระบบพ่นด้วยแป้ง (Powder Coat) พ่นเคลือบสี ทำให้ได้สีสันต่าง ๆ แต่ที่นิยมคือสีชา สีดำ หรือสีขาว
3) การติดไฟและ ลามไฟ	- ไม่ติดไฟ และไม่เป็นเชื้อไฟ
4) ความเป็นฉนวน กันความร้อน	- เนื้อวัสดุเป็นโลหะจึงมีคุณสมบัตินำความร้อนและคายความร้อนเข้าสู่ตัวบ้าน และไม่สามารถปกป้องความร้อนจากภายนอกได้ - กรณีอุณหภูมิภายนอกเย็นกว่าภายในบ้าน อลูมิเนียมอาจจะระบายความร้อนในบ้านออกสู่ภายนอก - หลีกเลี่ยงการใช้กรอบวงกบอลูมิเนียมหากตำแหน่งที่ติดตั้งได้รับแสงแดดเป็นเวลานาน เพราะอาจเกิดการถ่ายเทความร้อน - ไม่สามารถป้องกันเสียงจากภายนอกได้ เพราะภายในกลวง และโลหะเป็นวัสดุที่นำเสียงจึงทำให้เสียงเดินทางผ่านได้ดี

ตารางที่ 2.1 ตารางคุณสมบัติของประตูหน้าต่าง (ต่อ)

คุณสมบัติ	อลูมิเนียม
5) ปัญหาฝุ่น ละออง การรั่วซึม และเสียงรบกวน จากภายนอก	- ฝุ่นและเสียงสามารถเล็ดลอดเข้ามาได้ตามขอบวงกบเนื่องจากไม่มี ซีลยางที่ช่วยปิดกันอากาศภายในและภายนอกตัวอาคาร - โครงสร้างภายในที่กลวง รูฉนวน และรอยต่อ รอยประกบของชิ้นส่วน ทำให้เกิดรอยต่อ เสียงต่อการเกิดรั่วซึม ได้ง่าย ตามรอยต่อเหล่านี้ จำเป็นต้องใช้ซิลิโคนยาแนวในบริเวณดังกล่าว
6) ตัวล็อค มือจับ ระบบรักษาความ ปลอดภัย	- มีตัวล็อค มือจับต่าง ๆ ให้เลือกน้อย
7) การดูแลรักษา	- ดูแลรักษาง่าย
8) ด้านราคาและ การซื้อหา	- ราคาเริ่มต้นของอลูมิเนียมจะต่ำกว่า และมีระดับราคาให้เลือกมากกว่า เพราะเพียงมีอลูมิเนียมและความสามารถในการขึ้นวงกบ ก็สามารถทำวง กบอลูมิเนียมได้แล้ว ความหลากหลายของผู้ให้บริการจึงมีตั้งแต่ช่างทำวง กบประตูอลูมิเนียมห้องแถวจนถึงตราสินค้าต่างประเทศ - วงกบอลูมิเนียมที่จำหน่ายในท้องตลาดบ้านเรานั้นมีอยู่หลายคุณภาพ ขึ้นอยู่กับโลหะผสมในเนื้ออลูมิเนียม หากเป็นวัสดุที่มีคุณภาพ ก็จะใช้อลูมิเนียมเนื้อดี ทำให้ราคาสูงตามไปด้วย โดยเฉพาะอลูมิเนียมที่ทำ คุณภาพเท่ากับของต่างประเทศหรือสั่งจากต่างประเทศเข้ามา บางชิ้น คุณภาพสูงกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น - ปัจจัยหลัก ๆ ที่ทำให้อลูมิเนียมดี ๆ มีราคาแพง นั้นส่วนหนึ่งมาจาก เทคโนโลยีการผลิตที่พัฒนามากขึ้น เช่น เทคนิคการชุบเคลือบสีที่ให้ ความประณีตสวยงามมากขึ้น มีการใส่สารเสริมความแข็งแรงให้กับเนื้อ วัสดุ หรือการเพิ่มความหนาเป็นพิเศษให้กับวัสดุ
9) ผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม	- เนื่องจากอลูมิเนียมเป็นโลหะ จึงมีการใช้ทรัพยากรในการถลุงและแปรรูป ที่สูง แต่เนื่องจากเป็นวัสดุคืบจากธรรมชาติ จึงไม่ปล่อยสารพิษในระบบ การผลิตมาก และสามารถที่จะนำอลูมิเนียมกลับมาใช้ใหม่ (Reecycle) ได้

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เขาวภา ปฐมศิริกุล (2554) เป็นการศึกษา แบบจำลองปัจจัยความสำเร็จการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน 2) ค้นหาแบบจำลองปัจจัยความสำเร็จการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารของโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 412 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยสถิติวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) และสถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยกลยุทธ์ ปัจจัยระบบบริหารจัดการ และปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคล โดยปัจจัยการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพที่สำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยการจัดการทรัพยากรบุคคล รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยระบบการบริหารจัดการและปัจจัยกลยุทธ์ของโรงพยาบาลตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนในแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลยุทธ์การตลาดภายใน การพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ระบบการจัดบริการสุขภาพ ระบบการมุ่งเน้นพัฒนาตลาด การธำรงรักษานักวิชาการ ระบบบริหารคุณภาพ การคัดเลือกบุคลากรและกลยุทธ์ระดับธุรกิจของโรงพยาบาล ตามลำดับ ปัจจัยความสำเร็จการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของโรงพยาบาลเมื่อพิจารณาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือ ด้านประสิทธิภาพของกระบวนการภายในของโรงพยาบาล รองลงมา คือ ด้านการเติบโตของลูกค้า ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร และด้านการเงินของโรงพยาบาลตามลำดับ

ชุติมา หวังเบญจหมัด (2555) เป็นการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอลำปาง จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียง 2) ปัจจัยธุรกิจ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจ ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารจัดการ ระบบลูกค้า ระบบ

การแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs 3) อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของธุรกิจ SMEs ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจาก SMEs ในเขตอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่จดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา ประจำปี พ.ศ. 2550 จำนวน 1,030 กิจการ โดยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 280 กิจการ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และการถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1) ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจ ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs พบว่า ด้านปัจจัยภายในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก 3.81 โดยพบว่า ระบบบุคลากรมีความสำคัญมากที่สุดเท่ากับ 4.11 ด้านปัจจัยภายนอกในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก 3.89 โดยพบว่า ระบบเทคโนโลยีมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.10 2) ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3.97 โดยพบว่า ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับมากที่สุด 3.98 รองลงมา คือ ความมั่นคงของกิจการ 3.96 และการมีชื่อเสียง 3.95 2) ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบการเงิน และระบบบุคลากร สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านความมั่นคงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs มีค่าอำนาจการทำนาย 0.486 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับความมั่นคง ยกเว้นระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางลบกับความมั่นคง 1) ระบบการบริหารจัดการ ระบบลูกค้า และระบบการตลาด สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการยอมรับนับถือได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการ SMEs มีค่าอำนาจการทำนาย 0.367 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการยอมรับนับถือ

2) ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบบุคลากร ระบบการบริหารและการจัดการ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการมีชื่อเสียงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs มีค่าอำนาจการทำนาย 0.426 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการมีชื่อเสียง ยกเว้น ระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางลบกับการมีชื่อเสียง

วลัยพรรณ จารุกิจกุล (2545) เป็นการศึกษาแนวทางการจัดวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจรับเหมา ติดตั้ง อลูมิเนียม กระจก วัสดุประสงค์เพื่อศึกษาในรูปแบบของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการติดตั้งอลูมิเนียม กระจก ที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจกลุ่มประชากรผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการติดตั้งอลูมิเนียม กระจก มีปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกพิจารณาร้านที่ให้บริการผ่านหลักเกณฑ์สำคัญ 3 อันดับ ดังนี้ อันดับแรก เรื่องประสบการณ์และความชำนาญ อันดับสอง เรื่องคุณภาพวัสดุและอุปกรณ์ อันดับสาม เรื่องคุณภาพการบริการ ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการติดตั้ง อลูมิเนียม กระจกของผู้ใช้บริการเพื่อเสนอการขายสินค้าและบริการนอกจากนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้กับธุรกิจบริการติดตั้งอลูมิเนียมกระจก โดยใช้เครื่องมือทางการตลาดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคาสถานที่ และการส่งเสริมการขายโดยแต่ละด้านได้วางกลยุทธ์ที่คำนึงถึงความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าและผู้ให้บริการซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อผู้ประกอบการนำผลการศึกษารวมถึงข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการวางกลยุทธ์และปรับปรุงกลยุทธ์ธุรกิจต่อไป

ศรัณรัตน์ จินกุล (2558) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสบการณ์ที่ส่งผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทาง กรุงเทพมหานคร - พิษณุโลก และใช้บริการ City Transfer พิษณุโลก - สุโขทัย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทาง กรุงเทพมหานคร - พิษณุโลก และใช้บริการ City Transfer พิษณุโลก - สุโขทัย และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทาง กรุงเทพมหานคร - พิษณุโลก และใช้บริการ City Transfer พิษณุโลก - สุโขทัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed - end Questionnaire) โดยวิธีการเก็บข้อมูลแบบสะดวก (Convenience Sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป รายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการศึกษารูปได้ดังนี้ ผลการศึกษาลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 46 ปี ขึ้นไป การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 40,000 บาท ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือผลการศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทางกรุงเทพมหานคร - พิษณุโลก และใช้บริการ City Transfer พิษณุโลก - สุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีวัดจากความพึงพอใจในด้านพนักงาน ประเด็นที่ได้รับการประเมินมากที่สุด คือ การแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ค่าเฉลี่ย 4.10 ด้านบริการ ประเด็นที่ได้รับการประเมินมากที่สุด คือ การให้บริการช่องทางการเช็คอินก่อนขึ้นเครื่องหลายช่องทางให้เลือก เช่น โมบายแอป ผู้เช็คอิน เว็บไซต์ เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.97 ด้านความสะดวกสบายประเด็นที่ได้รับการประเมินมากที่สุด คือ ตั้งของเคาน์เตอร์ไทยแอร์เอเชียที่ทำอากาศยานหาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.82 ด้านกระบวนการประเด็นที่ได้รับการประเมินมากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการและให้การช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านการสื่อสารประเด็นที่ได้รับการประเมินมากที่สุด คือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในเส้นทางนี้ ค่าเฉลี่ย 3.96 และด้านราคาประเด็นที่ได้รับการประเมินมากที่สุด คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.66 ผลการศึกษาของประสบการณ์ที่วัดจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยค่าที่สุดในประเด็น ต่าง ๆ ของแต่ละด้าน พบว่าด้านพนักงานประเด็นที่ได้รับการประเมินน้อยที่สุด คือ การแต่งกายของพนักงานขับรถ ค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านบริการประเด็นที่ได้รับการประเมินน้อยที่สุด คือ การให้บริการในช่องทางการจ่ายเงินค่าตัวโดยสารหลายช่องทางให้เลือกใช้ เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.72 ด้านความสะดวกสบายประเด็นที่ได้รับการประเมินน้อยที่สุดคือ สถานที่จอดรับ - ส่งในเส้นทาง พิษณุโลก - สุโขทัย มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.45 ด้านกระบวนการประเด็นที่ได้รับการประเมินน้อยที่สุด คือ ความตรงต่อเวลาของรถตู้ที่เดินทางในเส้นทาง พิษณุโลก - สุโขทัย ค่าเฉลี่ย 3.33 ด้านการสื่อสารประเด็นที่ได้รับการประเมินน้อยที่สุด คือ การมีโปรโมชันส่วนลดราคาตัวโดยสาร ค่าเฉลี่ย 3.93 และด้านราคาประเด็นที่ได้รับการประเมินน้อยที่สุด คือ ราคาตัวโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทางในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย 3.55

กิตติชัย ศรีชัยภูมิ (2556) เป็นการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็กับความภักดีต่อตราสินค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของธุรกิจกับปัจจัยประสบการณ์ของ

ลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็ก 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของธนาคารหลักที่ใช้บริการกับปัจจัยประสพการณ์ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็ก 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสพการณ์ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็กกับความภักดีต่อตราสินค้าธนาคารพาณิชย์ประเทศไทย ประชากร คือ วิสาหกิจขนาดเล็กที่จดทะเบียนในประเทศไทย โดยขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน และสุ่มอย่างเป็นระบบทุกภูมิภาค ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้ตอบแบบสอบถามคือ เจ้าของกิจการวิสาหกิจขนาดเล็กวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะของธุรกิจประกอบด้วย อายุเจ้าของกิจการ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ประเภทอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยประสพการณ์ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็ก 2) ขนาดของธนาคารมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยประสพการณ์ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็ก 3) ปัจจัยประสพการณ์ของลูกค้ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อตราสินค้า

ราชวัฒน์ ศรีทิพย์ (2550) เป็นการศึกษาการบริหารประสพการณ์ของลูกค้าในธุรกิจรถยนต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวความคิดการบริหารประสพการณ์ของลูกค้า กระบวนการบริหารประสพการณ์ของลูกค้าของ ผู้ประกอบการ และการศึกษาเปรียบเทียบประสพการณ์ของ ลูกค้าที่ได้ใช้บริการของศูนย์จัดจำหน่ายและศูนย์บริการของโตโยต้าและอิชูชู ประชากรที่ทำการศึกษาได้แก่ 1) ลูกค้าที่ใช้รถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลที่ครอบครองรายแรกและใช้งานรถยนต์มาเป็นระยะเวลา มากกว่า 1 ปี จำนวน 400 คน และ 2) กลุ่มผู้ประกอบการรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้าและอิชูชูที่อยู่ในเขต จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์ และบุรีรัมย์ จำนวน 14 แห่ง โดยการใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ผลด้วยค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และ F-test ผลการศึกษา พบว่า 1) บริษัทโตโยต้าและอิชูชูมีแนวความคิดในการบริหารเพื่อสร้าง ประสพการณ์ที่ดีในด้านการให้บริการโดยบุคลากร และด้านการออกแบบสถานที่เพื่อให้ลูกค้า สามารถสัมผัสผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า 2) กระบวนการเพื่อสร้างประสพการณ์ที่ดีส่วนใหญ่ไม่ แตกต่างกันมีเพียงบางประเด็นที่แตกต่างกัน คือ การนัดหมายลูกค้าล่วงหน้าในการเข้ามาใช้บริการ เช็กระยะหรือซ่อมบำรุง และ 3) ประสพการณ์ของลูกค้าที่ใช้บริการของศูนย์จัดจำหน่ายและ ศูนย์บริการโตโยต้าและอิชูชูนั้น ลูกค้ามีประสพการณ์ช่วงความรู้สึกแรกสัมผัสประสพการณ์ ระหว่างการติดต่อ และความพึงพอใจหลังใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อาจเป็นเพราะการบริการที่ได้รับจากสินค้าประเภทเดียวกัน ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกันต้องพยายามนำเสนอบริการที่เทียบเคียงกับคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับผล



การศึกษากระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีของผู้ประกอบการ ดังนั้นประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจึงไม่มีความแตกต่างกัน

Alan (2011) ได้ศึกษา การทำงานด้านการบริหาร โครงการพัฒนาของรัฐทั้งในประเทศ อังกฤษ และประเทศในเครือสหภาพยุโรป มาเสนอเป็นต้นแบบว่าด้วยกลยุทธ์ปัจจัยความสำเร็จ สำหรับการจัดการโครงการขนาดใหญ่ (Major or Mega Project) แบ่งตัวแปรในการจัดการที่มีอยู่อย่าง สลับซับซ้อนมาจัดเป็นกลุ่มปัจจัยรวม 4 กลุ่มด้วยกัน คือ

1) การรับรู้สาระสำคัญของโครงการก่อสร้าง จุดเริ่มต้นที่สำคัญของโครงการ ก่อสร้างคือ การที่ผู้จัดการโครงการทีมงานและผู้บริหารโครงการที่เกี่ยวข้องจะต้องรับรู้และทำความเข้าใจอย่างชัดเจนในเรื่องต่าง ๆ คือ วัตถุประสงค์ของโครงการ (Objective) กลยุทธ์หรือแนวทางการ ดำเนินงานโครงการ (Strategies) เทคโนโลยีหรือวิทยาการที่จำเป็นสำหรับโครงการแบบแผน หรือ ข้อกำหนดที่เป็นบรรทัดฐานของโครงการ (Design)

2) ปัจจัยภายนอก การเงิน และระยะเวลาก่อสร้างการก่อสร้าง สภาพแวดล้อม ภายนอกเป็นเรื่องละเอียดอ่อนมาก จึงแบ่งปัจจัยในกลุ่มนี้ออกเป็น 3 หมวด ที่มีความคาบเกี่ยวกันดังนี้

2.1) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ประกอบด้วย ปัจจัยย่อย ดังนี้ 1) สภาพแวดล้อมทางการเมือง 2) สภาพแวดล้อมที่สำคัญของถิ่นฐานชุมชน 3) สภาพทางภูมิศาสตร์กายภาพ 4) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

2.2) ปัจจัยด้านการเงิน (Monetary) ประกอบด้วยการจัดการด้านการเงิน (Financial) และต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost & Benefit)

2.3) ระยะเวลา (Duration) ประกอบด้วยระยะเวลารวม (Duration) กำหนดหัวง เวลา (Phasing) และกำหนดเวลาเร่งด่วน หรือเวลาของกิจกรรมที่สำคัญ (Critical Path)

3) ทักษะของผู้ปฏิบัติงาน (Attitude) พิจารณาว่าผู้บริหารและผู้จัดการโครงการ ที่เป็นผู้มีหน้าที่ในการสร้างทัศนคติ และแรงจูงใจในเชิงบวกให้เกิดขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องสำคัญ ต่อไปนี้

3.1 การสนับสนุนและความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง (Commitment and Top Management Support)

3.2 การสร้างแรงจูงใจที่ดี (High Motivation)

3.3 ความร่วมมือร่วมใจ ด้วยการทำงานเป็นทีม

3.4 เสริมสร้างโลกทัศน์เชิงบวก (Positive World View)

4) การดำเนินงาน (Implementation) กลุ่มนี้เป็นความรับผิดชอบของผู้จัดการโครงการโดยตรงในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- 4.1) การจัดองค์กรโครงการ
- 4.2) การบริหารสัญญา
- 4.3) การเล่นบทบาทผู้นำ
- 4.4) การสร้างทีม
- 4.5) การจัดการความขัดแย้ง
- 4.6) การจัดการด้านแรงงานสัมพันธ์
- 4.7) การวางแผน การควบคุม และการรายงาน
- 4.8) การประกันคุณภาพ



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา เรื่อง ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่าง อลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วิจัยนี้เป็นผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้เครื่องมือสำหรับการวิจัยเพื่อกำหนดแนวทางในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ( Samples)

ผู้ศึกษาลงพื้นที่จริงในการศึกษาทำให้พบผู้ประกอบการรับเหมาติดตั้งประตูหน้าต่าง อลูมิเนียมหรือผู้ประกอบการอิสระรายเล็ก ๆ จำนวนมาก ทำให้ไม่ทราบกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ดังนั้น ผู้จึงได้ทำการวิจัยด้วยวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการอิสระจำนวน 10 ตัวอย่าง ซึ่งมีวิธีการในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้ศึกษาคำเนินการสอบถามข้อมูลของผู้ประกอบการอิสระจากร้านค้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 ร้าน และเขตปริมณฑล จำนวน 8 ร้าน

ขั้นตอนที่ 2 ผู้ศึกษาทำการสรุปข้อมูลของผู้ประกอบการอิสระที่มียอดสั่งซื้ออุปกรณ์ และอลูมิเนียมในการดำเนินงานที่มีจำนวนของแต่ละร้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ศึกษาคำเนินการติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ประกอบการอิสระ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 ร้าน และเขตปริมณฑล จำนวน 8 ร้าน

จากวิธีดังกล่าวข้างต้นทำให้เชื่อมั่นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ตัวอย่าง สามารถเป็นตัวแทนของกลุ่มผู้ประกอบการอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑลได้

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งมีลักษณะของแบบสอบถามที่ประกอบด้วย แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close Ended Question) และแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open Ended Question) แบบสอบถามที่ใช้จะกำหนดให้ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนบุคลากร จำนวนงานต่อเดือน จำนวนประสบการณ์ทำงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามถึงโครงสร้างแบบปลายเปิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามถึงโครงสร้างแบบปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านประสบการณ์ลูกค้า

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามถึงโครงสร้างแบบปลายเปิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม

#### 3.2.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

3.2.1.1 การศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ ทฤษฎีคุณภาพการบริการและทฤษฎีปัจจัยด้านประสบการณ์ลูกค้า จากนั้นนำมากำหนดกรอบและขอบเขตเนื้อหาในการสร้างคำถามของแบบสอบถามตามรายละเอียดที่นำเสนอข้างต้น

3.2.1.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดและสร้างแบบสอบถามงานวิจัย

3.2.1.3 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบและขอบเขตเนื้อหาในการวิจัย ซึ่งจะต้องครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์สำหรับการวิจัยที่กำหนดไว้ และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ รวมทั้งขอคำแนะนำเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วน

3.2.1.4 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาด้วยการตรวจสอบคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษา เรื่อง ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในครั้งนี้ ซึ่งผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

#### 3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

3.2.2.1 ผู้ศึกษาได้ทำติดต่อขอสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกผู้ประกอบการอิสระ จำนวน 10 คน

3.2.2.2 การสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกของผู้ประกอบการอิสระ ด้วยแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง

3.2.2.3 การบันทึกข้อมูลผู้ศึกษาจะกระทำไปพร้อม ๆ กันในระหว่างที่สัมภาษณ์เชิงลึกด้วย โดยจะเน้นไปที่ประเด็นสำคัญ ๆ หรือจากขั้นตอนในการสังเกตด้วย

3.2.2.4 การบันทึกเทปกระทำไปพร้อม ๆ กับการสัมภาษณ์เชิงลึก และหลังจากที่มีการสัมภาษณ์เสร็จจะมีการสรุปข้อมูลที่ได้เทป

3.2.2.5 การตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมานั้นครบถ้วนตามลักษณะเรื่องที่ต้องการศึกษา โดยมีการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มเก็บข้อมูลจนกระทั่งขั้นที่จะนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัย ดังนี้

3.3.2.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

3.3.2.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

### 3.3.2.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 3.4 การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษามีความสำคัญมากในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากเป็นเครื่องมือของการวิจัยต้องเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูลอย่างใกล้ชิด ตั้งแต่ขั้นตอนการสร้างสัมพันธภาพเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลเกิดความไว้วางใจทำให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด จะเห็นได้ว่าตลอดกระบวนการวิจัยมีทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวข้องกับเรื่องส่วนตัว ความรู้สึกนึกคิด และการสังเกตซึ่งบางครั้งอาจละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณของนักวิจัยอย่างเคร่งครัดเพื่อเป็นการเก็บรักษาความลับ ความปลอดภัย คำถามที่ใช้ต้องไม่คุกคามอารมณ์ ความรู้สึก และเคารพสิทธิของผู้ให้ ผู้วิจัยจึงทำการพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

3.4.1 ผู้ศึกษาแนะนำตัวเอง อธิบายวัตถุประสงค์ รวมทั้งขั้นตอน และรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์และขออนุญาตบันทึกเทปไว้ เพื่อความถูกต้องในการบันทึกข้อมูลและให้ผู้ให้ข้อมูลลงรายชื่อให้ยินยอมด้วยทุกคนเป็นหลักฐาน

3.4.2 อธิบายให้ทราบว่าผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิในการตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยหรือไม่ก็ได้ และถ้าหากตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยสามารถออกจากการวิจัยได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด

3.4.3 เมื่อผู้ให้ข้อมูลสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย ผู้ศึกษาจึงเก็บข้อมูล

3.4.4 ตลอดการวิจัยผู้ให้ข้อมูลสามารถซักถามข้อมูลเกี่ยวกับการทำวิจัยครั้งนี้ได้

3.4.5 ในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิที่จะปกปิดข้อมูลที่ไม่ต้องการเปิดเผย

3.4.6 ขณะที่สัมภาษณ์หากผู้ให้ข้อมูลเกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ เช่น สะเทือนใจกับข้อใจจนไม่สามารถพูดคุยต่อไปได้ ผู้วิจัยยุติการสนทนาและอยู่เป็นเพื่อน ให้กำลังใจ โดยการสัมผัสจับมือผู้ให้ข้อมูล โอบไหล่ด้วยความสวัสดี และรอนกว่าผู้ให้ข้อมูลพร้อมที่จะพูดคุย ต่อถ้าผู้ให้ข้อมูลไม่พร้อมหรือประสงค์ที่จะยุติการสนทนา ผู้ศึกษาจะยุติการสนทนาและสอบถามผู้ให้ข้อมูลเพื่อเลือกเวลานัดหมายในครั้งต่อไป

3.4.7 ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิที่จะรับรู้ข้อมูลตลอดจนสามารถตรวจสอบข้อมูลของตัวเองได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

3.4.8 ในการนำเสนอข้อมูล และเขียนรายงานการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้นามสมมติเพื่อเป็นการรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูล และนำเสนอในภาพรวมโดยไม่เฉพาะเจาะจงผู้ใด

### 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการบันทึกและเรียบเรียงข้อมูลแต่ละช่วงของการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จากนั้นทำการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละครั้งถึงความถูกต้อง ความครบถ้วนและความสอดคล้องกับประเด็นของข้อมูล และทำการวิเคราะห์ถึงปัญหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อกำหนดแนวทางในการเผชิญและแก้ไขปัญหา ให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนและเที่ยงตรง จนสามารถวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลสุดท้ายทั้งหมดได้อย่างเป็นระบบระเบียบ สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์หาคำตอบตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ และนำมาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Content Analysis) ได้แก่ ด้านปัจจัย (Input) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านผลผลิต (Product) โดยการตรวจสอบข้อมูล เอกสาร ร่องรอยของการปฏิบัติงาน นำมาเชื่อมโยงและตีความโดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการตีความในปรากฏการณ์ต่าง ๆ แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ในลักษณะการเขียนเชิงบรรยายหรือพรรณนาความ ทำให้ทราบข้อมูลแบบแผนเกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการอิสระ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์

การศึกษา เรื่อง ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้จำนวน 10 คน ซึ่งในการศึกษาวิจัยที่ผู้ศึกษาขอเสนอผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

#### 4. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

##### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 8 คน มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 5 คน มีระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 6 คน มีรายได้ต่อเดือน จำนวน 30,000 - 50,000 บาท จำนวน 7 คน จำนวนบุคลากร 3 - 5 คน จำนวน 8 คน จำนวนงานให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมต่อเดือน 4 - 6 งาน/เดือน จำนวน 9 คน และมีประสบการณ์ในการทำงานอลูมิเนียม 4 - 10 ปี จำนวน 6 คน

##### ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน
<b>1. เพศ</b>	
ชาย	8
หญิง	2
<b>รวม</b>	<b>10</b>
<b>2. อายุ</b>	
ต่ำกว่า 30 ปี	3
31 - 40 ปี	5
มากกว่า 41 ปี ขึ้นไป	2
<b>รวม</b>	<b>10</b>



ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน
<b>3. การศึกษา</b>	
ประถมศึกษา	6
มัธยมศึกษา	3
ปริญญาตรี ขึ้นไป	1
<b>รวม</b>	<b>10</b>
<b>4. รายได้ต่อเดือน</b>	
ต่ำกว่า 30,000 บาท	3
30,000 - 50,000 บาท	7
50,001 - 80,000 บาท	-
มากกว่า 80,000 บาท	-
<b>รวม</b>	<b>10</b>
<b>5. จำนวนบุคลากร</b>	
ต่ำกว่า 2 คน	2
3 - 5 คน	8
มากกว่า 5 คน	-
<b>รวม</b>	<b>10</b>
<b>6. จำนวนงานให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมต่อเดือน</b>	
ต่ำกว่า 3 งาน/เดือน	1
4 - 6 งาน/เดือน	9
มากกว่า 6 งาน/เดือน	-
<b>รวม</b>	<b>10</b>

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน
<b>7. ประสบการณ์ในการทำงานให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมต่อเดือน</b>	
ต่ำกว่า 3 ปี	2
4 - 10 ปี	6
11 - 15 ปี	2
มากกว่า 15 ปี	-
<b>รวม</b>	<b>10</b>

## 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพบริการ

### 4.2.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ประกอบการติดตั้งอลูมิเนียมควรมีด้านการมีอุปกรณ์เครื่องมือเนียมที่ทันสมัย มีวัสดุอุปกรณ์เพียงพอต่อการให้บริการ และการตกแต่งหน้าร้านทั้งภายในและภายนอกร้านมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ช่วยประหยัดเวลา ประหยัดคนในการทำงาน ด้านการตกแต่งหน้าร้านมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าถึงความประณีตของฝีมือการทำงาน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ช่วยในความสะดวก และความรวดเร็วในการติดตั้ง ทำงานได้เร็วขึ้น ด้านการตกแต่งหน้าร้านมีผลต่อการรับรู้ของผลงานและเป็นอีกช่องทางในการอธิบายรายละเอียดให้ลูกค้าเข้าใจมากขึ้น ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ดำเนินงานรวดเร็วขึ้น ด้านการตกแต่งหน้าร้านมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ช่วยให้ง่ายต่อการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ดำเนินงานรวดเร็วขึ้นและงานมีมาตรฐานมากขึ้น ไม่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ดำเนินงานรวดเร็วขึ้นและงานมีมาตรฐานมากขึ้น ด้านการตกแต่งหน้าร้าน มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ช่วยให้ดึงดูดสายตาลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ช่วยประหยัดเวลาในการทำงาน ด้านการตกแต่งหน้าร้านมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ไม่มีผลเพราะลูกค้ามั่นใจในฝีมือ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ช่วยประหยัดเวลา คน และอุปกรณ์ในการทำงาน ด้านการตกแต่งหน้าร้านมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ช่วยให้ดูเป็นสัดส่วนน่าเข้าไปใช้บริการ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ลดความผิดพลาดที่อาจเกิดจากเครื่องมือที่ไม่ได้มาตรฐาน ด้านการตกแต่งหน้าร้านมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า สร้างความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกเห็นของลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ช่วยในความสะดวกในการทำงาน ด้านการตกแต่งหน้าร้านมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ช่วยให้ง่ายต่อการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า การมีอุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้ช่วยลดจำนวนคนในการทำงาน ช่วยให้ง่ายต่อการตัดสินใจ ไม่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

#### ตารางที่ 4.2 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ความคิดเห็นของบุคคล	รายละเอียดความเป็นรูปธรรมของการบริการ	
	อุปกรณ์ที่เพียงพอและเครื่องมือที่ทันสมัย	การตกแต่งหน้าร้านทั้งภายในและภายนอกร้าน
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	✓	✓

ตารางที่ 4.2 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (ต่อ)

ความคิดเห็นของบุคคล	รายละเอียดความเป็นรูปธรรมของการบริการ	
	อุปกรณ์ที่เพียงพอและ เครื่องมือที่ทันสมัย	การตกแต่งหน้าร้าน ทั้งภายในและภายนอกร้าน
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	✓	-
รวม	10	7

4.2 ความไว้วางใจได้ในการให้บริการ

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้านความไว้วางใจได้ในการให้บริการ ผู้ประกอบการติดตั้งอูมิเนียมควรมีด้านการสื่อสารที่ถูกต้อง การทำให้เกิดความในขั้นตอนในการผลิตและติดตั้งประตูหน้าต่างอูมิเนียมมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอูมิเนียม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า มีการสร้างความไว้วางใจในขั้นตอนการผลิต การสื่อสารที่ถูกต้อง ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การสร้างความไว้วางใจทั้งในด้านขั้นตอนการผลิต ช่วยให้ลูกค้าเห็นถึงการทำงานที่ช่างมีความประณีต ด้านการสื่อสารที่ถูกต้อง ส่งผลต่อการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การสร้างความไว้วางใจในขั้นตอนการผลิต ไม่มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า แต่ทางด้านการสื่อสารที่ถูกต้องมีผลต่อการรับรู้ ส่งผลต่อการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การสร้างความไว้วางใจในขั้นตอนการผลิต ช่วยให้ลูกค้าเห็นผลงานและเป็นการโชว์ฝีมือและความสามารถ การสื่อสารที่ถูกต้อง ส่งผลต่อการรับรู้ของผลิตภัณฑ์และความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การสร้างความไว้วางใจในขั้นตอนการผลิต การสื่อสารที่ถูกต้องส่งผลต่อการรับรู้ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า การสร้างความไว้วางใจในขั้นตอนการผลิตไม่มีผล การสื่อสารที่ถูกต้องส่งผลต่อการรับรู้ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า การสร้างความไว้วางใจในขั้นตอนการผลิต การสื่อสารที่ถูกต้องส่งผลต่อการรับรู้ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า การสร้างความไว้วางใจในขั้นตอนการผลิตไม่มีผล การสื่อสารที่ถูกต้องส่งผลต่อการรับรู้ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า การสร้างความไว้วางใจในขั้นตอนการผลิต การสื่อสารที่ถูกต้องส่งผลต่อการรับรู้ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า การสร้างความไว้วางใจในขั้นตอนการผลิตไม่มีผล การสื่อสารที่ถูกต้องส่งผลต่อการรับรู้ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอิสระ

#### ตารางที่ 4.3 ความไว้วางใจได้ในการให้บริการ

ความคิดเห็นของบุคคล	รายละเอียดความไว้วางใจได้ในการให้บริการ	
	ขั้นตอนในการผลิตภัณฑ์	การสื่อสารที่ถูกต้อง
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	-	✓
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

### 4.3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้าน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการติดตั้งลูมิเนียมควรมี การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูลูมิเนียม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูลูมิเนียม ควรให้บริการลูกค้าต้องคำนึงในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าคือ งานที่ได้ต้องเสร็จได้เร็ว และประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายส่วนอื่น ๆ ด้วย

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลต่อการทำงานครั้งต่อไป

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลถ้าลูกค้าไม่โอเคทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลเพราะถ้าทำงานดีลูกค้าจะจ่ายตังดีและมีงานต่อเนื่อง

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ได้ให้ความเห็นว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลต่อธุรกิจของเรา คือ การให้บริการต้องดี ทำตามที่ลูกค้าเรียกร้อง มีส่วนลดในราคาที่สูง

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ได้ให้ความเห็นว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลต่อธุรกิจของเรา คือ ไม่ทำให้ลูกค้าดูว่าถูกทอดทิ้ง

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ได้ให้ความเห็นว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลต่อธุรกิจคือ การวางแผนการทำงานให้เป็นระบบระเบียบ พนักงานต้องรู้กระบวนการทำงานอย่างดี

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ได้ให้ความเห็นว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลต่อธุรกิจของเราคือ ต้องรู้ด้วยว่าตนเองมีอำนาจตัดสินใจมากแค่ไหน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ได้ให้ความเห็นว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลต่อธุรกิจของเรา คือ ผู้ที่สามารถตัดสินใจได้ในขั้นต่อไปคือใคร เพื่อไม่ให้เกิดความล่าช้า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ได้ให้ความเห็นว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า มีผลต่อธุรกิจของเรา คือ เราต้องให้บริการให้ลูกค้าประทับใจเราต้องทำบริการให้ดี

ตารางที่ 4.4 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดความการตอบสนองความต้องการของลูกค้า		
	การตอบสนองตาม ความต้องการของ	การให้บริการด้วย ความเต็มใจและเต็ม	การบริการที่รวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา
	ลูกค้า	ความสามารถ	
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	✓	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	✓	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	✓	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	✓	-	-
<b>รวม</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

4.4 การเอาใจใส่ในการให้บริการ

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้านการเอาใจใส่ในการให้บริการผู้ประกอบการติดตั้งอลูมิเนียมกรรมมี ด้านการการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าในการให้บริการ มีผลต่อการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการลูกค้า มีผลเพราะลูกค้าจะมีความรู้สึกที่พอใจในการทำงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าในการบริการทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาใช้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการ คือ อุปกรณ์เกี่ยวข้องกับ การให้บริการ ต้องมีประสิทธิภาพให้บริการรวดเร็วและให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ด้านการสื่อสารและ เอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขายและลักษณะของ ลูกค้า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ในด้านของการกำหนด ราคา ควรเหมาะสมกับระดับของการให้บริการที่ชัดเจนทำลูกค้าพึงพอใจในการบริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการ พนักงานบริการต้อง แต่งตัวให้เหมาะสม บุคลิกดี พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการจะ ดีด้วย

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการ เป็นการสร้างความ พึงพอใจในการให้บริการ มีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการ เป็นการสร้างความพึง พ้อใจในการให้บริการ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานบริการควบคู่ไปกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

#### ตารางที่ 4.5 การเอาใจใส่ในการให้บริการ

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดการเอาใจใส่ในการให้บริการ	
	การดูแลเอาใจใส่ในการบริการ	การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	✓	✓



ตารางที่ 4.5 การเอาใจใส่ในการให้บริการ (ต่อ)

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดการเอาใจใส่ในการให้บริการ	
	การดูแลเอาใจใส่ในการบริการ	การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	✓	✓
รวม	10	6

### 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสบการณ์ลูกค้า

#### 4.3.1 ปัจจัยด้านพนักงาน

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าในด้านปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ประกอบการติดตั้งอูมิเนียมควรมี ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกาย การเอาใจใส่ของของ ผู้ให้บริการ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอูมิเนียม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่าง อูมิเนียมควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีการเอาใจใส่ในการให้บริการแก่ลูกค้า และความกระตือรือร้น ในการให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการทำให้เกิดความพึงพอใจไว้ใจในการทำงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การแต่งกายของผู้ให้บริการมีผล เพราะลูกค้าดูแล้วว่าเราต้องสุภาพ มีมารยาท ไม่ก้าวร้าวนำมาใช้บริการกับเราอีกครั้งต่อ ๆ ไป

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า ไม่มีผล

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การแต่งกายของผู้ให้บริการมีผลต่อการวางตัวต้องดี มีมารยาท การพูดจา

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า เครื่องแบบหรือชุดสุภาพ เพื่อแสดงความเป็นพนักงานที่ พร้อมบริการ และยังเป็นสัญลักษณ์ขององค์กร ณ จุดบริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่าทรงผมที่เหมาะสมกับเพศของพนักงาน เช่น ผู้ชายควรตัดผมสั้น สะอาด

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่าสีส้นและการแต่งกายควรเลือกให้เหมาะสมกับกาลเทศะ ซึ่งสื่อมีความหมายต่างกัน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า ในเรื่องของด้านรองเท้าถุงเท้า ผู้ให้บริการควรที่จะสวมใส่รองเท้าที่สีเข้ม ลักษณะที่สุภาพเหมาะกับสถานที่และกาลเทศะของหน่วยงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า การในด้านของการแต่งหน้าที่ดูเป็นธรรมชาตินั้น ช่วยเสริมให้ชวนมองดูสดใสตลอดเวลา

#### ตารางที่ 4.6 ปัจจัยด้านพนักงาน

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดปัจจัยด้านพนักงาน		
	การมีมนุษยสัมพันธ์ ของผู้ให้บริการ	การแต่งกายของผู้ ให้บริการ	การเอาใจใส่ และความ กระตือรือร้นของผู้ ให้บริการ
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	-	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	-	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	✓	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	-	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	-	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	-	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	-	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	-	✓	-
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>1</b>

#### 4.3.2 ปัจจัยด้านการบริการ

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้านปัจจัยด้านการบริการ ผู้ประกอบการติดตั้งอคูมิเนียมควรมีด้านการสร้างความพึงพอใจในความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอคูมิเนียม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า ความน่าเชื่อถือในการบริการพนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการบุคลากรมีอัธยาศัยที่ดี สุภาพ อ่อนน้อม มาจากคำพูด ต้องอธิบายให้ลูกค้าได้มีทางเลือก

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การมีความพึงพอใจในกระบวนการให้บริการต้องทำงานให้ละเอียด และระมัดระวังในการทำงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีผลเพราะผู้ประกอบการติดตั้งอคูมิเนียมสามารถอธิบายรายละเอียดของงานได้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีผลถ้าไม่มีความรู้จะไม่สามารถใช้งานได้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีผลเพราะการทำงานมานานจะมีประสบการณ์ในการทำงานสามารถทำงานได้ยาวนาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า การมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการมีผล การคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ไม่มีผล เพราะทุกการจ้างงานของลูกค้าจะเลือกแบบตามใจลูกค้าก่อนแต่เราสามารถให้คำแนะนำให้กับลูกค้าได้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า การมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการมีผล เราสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ไม่มีหลักการให้กับลูกค้าอาจเกิดปัญหาของผลิตภัณฑ์

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า การมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการมีผล สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายความแตกต่างและข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า การมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีผลแต่การคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อความสำเร็จ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า การมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีผลแต่การคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการ

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยด้านการบริการ

รายละเอียดปัจจัยด้านการบริการ			
ความคิดเห็น ของบุคคล	ลูกค้ามีความพึงพอใจ ในกระบวนการ ให้บริการ	มีความรู้ความชำนาญใน การให้บริการ	สามารถให้คำแนะนำ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	-	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	-	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	-	✓	✓
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>8</b>

4.3.3 ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้านความสะดวกสบาย ผู้ประกอบการติดตั้งอุโมงค์นิคมควรมีการบริการหลังการขายหากเกิดปัญหา และให้คำปรึกษาและสามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์เกิดปัญหา มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอุโมงค์นิคม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า มีการให้บริการหลังการขาย และให้คำปรึกษาและสามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์เกิดปัญหาและดูแลหลังการติดตั้งงานภายใน 6 เดือน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การให้บริการความสะดวกในการให้บริการของลูกค้าทำให้งานราบรื่นและเสร็จเร็วขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า ไม่มีผล

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การให้บริการหลังการขายหากเกิดปัญหาเราต้องสามารถแก้ไขปัญหาที่พบได้ ต้องทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การให้บริการหลังการขายหากเกิดปัญหาเราควรจะมี  
แก้ไขปัญหาเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประเมินงานหลังการขายได้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า ต้องให้คำปรึกษาและสามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์  
เกิดปัญหาต้องแก้ไขปัญหานั้นอยู่กับช่าง

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า ให้คำปรึกษาและสามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์เกิด  
ปัญหาได้ตลอด

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า มีการให้บริการหลังการขายหากผลิตภัณฑ์เกิดปัญหา

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า ให้คำปรึกษาและสามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์เกิด  
ปัญหา

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า มีการให้บริการหลังการขาย และให้คำปรึกษาและ  
สามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์เกิดปัญหา

#### ตารางที่ 4.8 ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดด้านความสะดวกสบาย		
	การให้บริการความ สะดวกในการ ให้บริการของลูกค้า	สามารถให้บริการ หลังการขายหากเกิด ปัญหา	สามารถให้คำปรึกษาและ สามารถติดต่อได้หาก ผลิตภัณฑ์เกิดปัญหา
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	-	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	-	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	-	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	-	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	-	✓	✓
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>7</b>

#### 4.3.4 ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการติดตั้งอูมิเนียมควรมี ด้านการติดต่อประสานงานกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการที่ได้มาตรฐาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอูมิเนียม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า กระบวนการในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าที่มีความสะดวกและความรวดเร็วมีผลทำให้เราทำงานได้มากขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่ากระบวนการในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าที่มีความสะดวกและความรวดเร็วมีผล ทำให้งานมีการเจรจาตกลงกันได้รวดเร็ว

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่ากระบวนการในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าที่มีความสะดวกและความรวดเร็วมีผล บางที่เราทำงานเร็วเกินไปอาจเกิดข้อผิดพลาดทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจได้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า กระบวนการให้บริการมีผล ทำให้เกิดความไว้วางใจในการให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่ากระบวนการให้บริการมีผล เพราะเครื่องมือพร้อม

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า กระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการที่ได้มาตรฐาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเพราะสามารถอธิบายได้ถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า กระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการที่ได้มาตรฐาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ที่มีผลดี

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่ากระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการมีผลทำให้เกิดความไว้วางใจในการให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า กระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการที่ทำให้เกิดความไว้วางใจและความมั่นใจในการให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า กระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการที่ทำให้เกิดความมั่นใจในการให้บริการ

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดด้านกระบวนการ	
	กระบวนการในการติดต่อ ประสานงานกับลูกค้าที่มีความ	กระบวนการและ ขั้นตอนในการให้
	สะดวกและความรวดเร็ว	บริการที่ได้มาตรฐาน
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	-	✓
รวม	5	6

4.3.5 ปัจจัยด้านการสื่อสาร

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้านการสื่อสาร ผู้ประกอบการติดตั้งอคูมิเนียมควรมี ด้านสื่อ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่าย การติดต่อสื่อสารสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ ไลน์ เฟซบุ๊ก และเพจร้าน มีสร้างเว็บไซต์ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่าง อคูมิเนียม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า การสื่อ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ และเข้าถึงง่ายสามารถติดต่อได้จากลูกค้าที่รับบริการแล้วบอกต่อ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การสื่อ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายไม่มีผลต่อการทำงานแต่มีความสำคัญในการขยายกิจการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การสื่อ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายมีผลทำให้ลูกค้าเห็นผลงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายทำให้ลูกค้าเห็นผลงานจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายมีผล คือ เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ลูกค้าได้รับทราบ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า การสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายมีผล คือ เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า การสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายมีผล คือ เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีของผู้ประกอบการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า การสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายมีผล คือ เพื่อการชักจูงผู้บริโภค โดยวิธีการสื่อสารด้วยคำพูดหรือการสื่อความหมายในรูปแบบต่าง ๆ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า การสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายมีผล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผลิตภัณฑ์และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า ไม่มีผล ในการติดต่อสื่อสารสามารถแต่จะได้นานเพิ่มขึ้นด้วย ถ้ามีการติดต่อผ่าน โทรศัพท์ โลกโซเชียล และเพจร้าน

#### ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านการสื่อสาร

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดด้านการสื่อสาร	
	การสื่อโฆษณาและการ ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ	การติดต่อสื่อสารสามารถติดต่อได้ หลายช่องทาง
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	✓	✓



ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านการสื่อสาร (ต่อ)

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดด้านการสื่อสาร	
	การสื่อโฆษณาและการ ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ	การติดต่อสื่อสารสามารถติดต่อได้ หลายช่องทาง
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	✓	✓
รวม	10	9

4.3.6 ปัจจัยด้านราคา

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้านราคาผู้ประกอบการติดตั้งอูมิเนียมควรมีด้านการระบุราคาของผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในการผลิตให้ชัดเจน และการให้เครดิตในการจ่ายเงินกับลูกค้าชัดเจน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอูมิเนียม ซึ่งผู้ประกอบการอิสระได้ให้ความเห็น ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอูมิเนียม ควรให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว เพื่อลูกค้าจะได้งานที่ไว และ ไม่เสียเวลา ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเนื่องจากงานที่ล่าช้าเกินกำหนด

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การระบุราคาของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน มีผลต่อความประทับใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การระบุราคาของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน มีผล ต่อลูกค้าคือมีมาตรฐานที่ระบุไว้แล้ว ทำให้สะดวกในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การระบุราคาของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน มีผล เพราะถ้าเราทำแพงลูกค้าไม่พอใจ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในการผลิตให้ชัดเจน จะสามารถบอกถึงราคากลางให้ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบในผลิตภัณฑ์นั้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า การเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในการผลิตให้ชัดเจน มีผล เพราะดูผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่อการทำงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า การระบุราคาของผลิตภัณฑ์ชัดเจนมีการเปรียบราคากับผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานของราคาของมิดิว มีการตั้งเกณฑ์การให้บริการ ลูกค้าใหม่ 1 อาทิตย์ ลูกค้าเก่า 40 วัน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า การให้เครดิตในการจ่ายเงินกับลูกค้าที่ชัดเจน มีผล เพราะลูกค้าอาจมีค่าใช้จ่ายมากขึ้นแล้วต้องมีของสมนาคุณให้กับลูกค้า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า การให้เครดิตในการจ่ายเงินกับลูกค้าที่ชัดเจน มีผลเสีย กับผู้ใช้บริการในการทำงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า การให้เครดิตในการจ่ายเงินกับลูกค้าที่ชัดเจน ใช้ได้ถ้า ไม่มากเกินไป

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยด้านราคา

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดด้านราคา		
	ในการให้บริการมี การระบุราคาของ ผลิตภัณฑ์ชัดเจน	การเปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดใน การผลิตให้ชัดเจน	การให้เครดิตในการ จ่ายเงินกับลูกค้าชัดเจน
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	✓	-	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	-	✓	-
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	-	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	-	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	-	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	-	-	✓
รวม	5	3	5

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าในด้านปัจจัยด้านความสำเร็จ ผู้ประกอบการติดตั้งอุโมงค์นิคมควรได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการของการให้บริการ

#### 4.4.1 ความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการอยู่จะต้องมีการเจรจาต่อรอง

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการต้องทำให้คุณภาพกับราคาสอดคล้องกัน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการมีผล ต่อผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานต่างกัน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการมีผลสร้างผลประโยชน์เพิ่มให้แก่ธุรกิจโดยการเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อเป็นการนำไปสู่การสร้างความภักดีของลูกค้า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการมีผลสร้างผลกำไรในระยะยาว ถ้าธุรกิจสามารถรักษาลูกค้าที่ดีไว้ในปริมาณมาก ๆ จะสร้างผลกำไรมากกว่าการหาลูกค้าใหม่เข้ามาทดแทนลูกค้าเก่าที่จากไปอยู่เสมอ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการมีผลลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก ๆ จะช่วยในการกระจายข่าวแบบปากต่อปากทำให้คนรู้จักมากขึ้น ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับลูกค้าใหม่ที่ใช้ในการตัดสินใจ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการมีผล คือ ลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก ๆ เป็นการประกันความเสี่ยงจากการเกิดความผิดพลาดในการบริการ ลูกค้าระยะยาวมีแนวโน้มที่จะให้อภัยกับเหตุการณ์ที่เกิดความผิดพลาดของธุรกิจได้มากกว่า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการมีผล เพราะในด้านของ โอกาสที่ดีที่สุดในการเพิ่มยอดขายก็คือการอาศัยฐานจากลูกค้าปัจจุบันของผู้ประกอบการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการมีผล เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเรียกใช้บริการต่อไป

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่  
เหมาะสมกับคุณภาพการของการให้บริการมีผล เพราะลูกค้าเกิดความพึงพอใจมาก ๆ เป็นลดความ  
เสี่ยงในด้านการกดดันขั้นตอนการทำงานด้วย

#### 4.4.2 การยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้ความสามารถของพนักงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้  
ความสามารถของพนักงาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเพราะมีการบอกต่อกันจากลูกค้า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้  
ความสามารถของพนักงาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อ  
ใจในผลงานของผู้ประกอบการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้  
ความสามารถของพนักงาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเพราะทำดีลูกค้ามีความพอใจใน  
งาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้  
ความสามารถของพนักงาน คือ การใช้เวลาได้อย่างดีที่สุด รวดเร็ว ไม่ทำงานล่าช้า นั่นคือคนที่  
มีประสิทธิภาพ ควรทำงานให้เสร็จตามกำหนดเวลา

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้  
ความสามารถของพนักงาน คือ การผิดพลาดในงานน้อย มีความแม่นยำในกฎระเบียบข้อมูล ตัวเลข  
หรือสถิติต่าง ๆ ไม่เดินเล่อจนทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้  
ความสามารถของพนักงาน การมีองค์ความรู้ในงานดีรู้จักศึกษาหาความรู้ในเรื่องงานที่ทำอยู่  
ตลอดเวลา คนที่มีประสิทธิภาพควรแสวงหาความรู้อยู่ตลอดเวลา

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้  
ความสามารถของพนักงาน คือ การรอบรู้ หรือรู้รอบด้าน จากการได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลงมือปฏิบัติ  
บ่อย ๆ มิใช่มีความรู้ด้านวิชาการแต่เพียงอย่างเดียว

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้  
ความสามารถของพนักงาน มีการพัฒนาการทำงานที่ดีและควรมีเทคนิคในการทำงานร่วมด้วยงาน  
จึงจะมีประสิทธิภาพ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้ความสามารถของพนักงาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในกระบวนการทำงานและผลิตภัณฑ์

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้ความสามารถของพนักงาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในฝีมือ

#### 4.4.3 การบริหารเวลาในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันใจและระยะเวลาเหมาะสมในการให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า บริหารเวลาในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันใจและระยะเวลาเหมาะสมในการให้บริการ ทำให้ลูกค้าประทับใจ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า การบริหารเวลาในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันใจและระยะเวลาเหมาะสมในการให้บริการ มีผลต่อการให้บริการเพราะ ถ้าบริการไม่ดี ทำให้งานเสร็จไม่ทันตามกำหนดการ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า บริหารเวลาในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันใจและระยะเวลาเหมาะสมในการให้บริการ มีผล เพราะสามารถทำตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้าไว้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า การบริหารเวลาในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันใจและระยะเวลาเหมาะสมในการให้บริการ มีผลต่อการให้บริการ เพราะลูกค้าชอบการทำงานที่รวดเร็ว

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า การบริหารเวลาในการให้บริการ มีผลเพราะมีโอกาสทำงานเพิ่มขึ้นหากงานเสร็จเร็ว

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า การบริหารเวลาในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันใจและระยะเวลาเหมาะสมในการให้บริการ มีผลต่อการทำงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า การบริหารเวลาได้เหมาะสมในการให้บริการมีผลต่อการทำงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า การบริหารเวลาได้เหมาะสมในการให้บริการมีผลต่อการรับงานจากลูกค้าท่านอื่น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า การบริหารเวลาได้เหมาะสมในการให้บริการมีผลลูกค้าประทับใจในการทำงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า การบริหารเวลาได้เหมาะสมในการให้บริการมีผลในการทำงานของลูกค้าท่านอื่นต่อ

#### 4.4.4 จำนวนลูกค้าที่มารับบริการมีประมาณเพิ่มขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า ไม่มีผลต่อจำนวนลูกค้าที่มารับบริการมีประมาณเพิ่มขึ้น แต่มีผลกับรายได้

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า มีผลต่อจำนวนลูกค้าที่มารับบริการมีประมาณเพิ่มขึ้น เพราะทำให้กิจการดีขึ้นและรายได้เพิ่มขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า จำนวนลูกค้าที่มารับบริการมีประมาณเพิ่มขึ้นทำให้มีงานเยอะ มีผลกำไรมากขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า มีผลจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า มีผล

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นทำให้มีงานเยอะ มีผลกำไรมากขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นทำให้มีงานเยอะ มีรายได้มากขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า มีผล

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นทำให้มีงานเยอะ มีรายได้มากขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า มีผลแน่นอน

#### 4.4.5 ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าในกลุ่มธุรกิจ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ให้ความเห็นว่า ก่อนที่ลูกค้าจะจ่ายจะเลือกราคาก่อนจ้าง การยอมรับจากลูกค้าที่รับบริการต่อกันพนักงานสามารถบริหารเวลาได้อย่างรวดเร็วและในระยะเวลาเหมาะสมแล้ว จะมี ชื่อเสียงมากจากผลงาน

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 ให้ความเห็นว่า ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าในกลุ่มธุรกิจมีผลต่อความน่าเชื่อถือ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 ให้ความเห็นว่า ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าในกลุ่มธุรกิจมีผลต่อความต้องการความเชื่อถือ

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ให้ความเห็นว่า ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าในกลุ่มธุรกิจมีผลเพราะทำให้ลูกค้ามีเพิ่มมากขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 ให้ความเห็นว่า ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าในกลุ่มธุรกิจ เป็นที่จดจำของลูกค้า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 ให้ความเห็นว่า ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าในกลุ่มธุรกิจมีผลต่อความต้องการความไว้วางใจของลูกค้า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 ให้ความเห็นว่า มีผล

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 ให้ความเห็นว่า ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจาก  
เป็นที่จดจำของลูกค้า

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 ให้ความเห็นว่า มีผล

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 ให้ความเห็นว่า ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับเป็นที่  
จดจำของลูกค้า

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านความสำเร็จ

ความคิดเห็น ของบุคคล	รายละเอียดปัจจัยด้านความสำเร็จ				
	ความพึง พอใจใน ด้านราคาที่ เหมาะสม	การยอมรับ จากลูกค้าใน ด้านความรู้	การบริหาร เวลาในการ ให้บริการ	จำนวนลูกค้า ที่มาใช้บริการ มีประมาณ เพิ่มขึ้น	ชื่อเสียง ของร้าน เป็นที่รู้จัก
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1	✓	✓	✓	-	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10	✓	✓	✓	✓	✓
<b>รวม</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

เพื่อให้เห็นผลในการศึกษาเรื่อง ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลตามลำดับ คือ สรุปผลการวิจัยการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษา ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปได้ ดังนี้

##### ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 8 คน มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 5 คน มีระดับการศึกษาอยู่ชั้นประถมศึกษา จำนวน 6 คน มีรายได้ต่อเดือนจำนวน 30,000 - 50,000 บาทจำนวน 7 คน จำนวนบุคลากร 3 - 5 คน จำนวน 8 คน จำนวนงานให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมต่อเดือน ต่ำกว่า 5 งาน/เดือน จำนวน 9 คน และมีประสบการณ์ในการทำงานให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมต่อเดือน 4 - 10 ปี จำนวน 6 คน

##### ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า การมีอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมที่ทันสมัยมีผลความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ดังนี้ ช่วยประหยัดเวลา ประหยัดคนในการทำงาน ในความสะดวก และความรวดเร็วในการติดตั้ง ทำงานได้เร็วขึ้น งานมาตรฐานมากขึ้น การตกแต่งหน้าร้านทั้งภายในและภายนอกมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้ามีผลความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ควรให้บริการลูกค้าต้องคำนึงถึงงบประมาณที่ลูกค้ากำหนด ทำตามงบประมาณที่มี ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเน้นที่ราคาถูกมากกว่าสินค้าราคาแพง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ การรับรู้ของลูกค้าไม่มีผลต่อการทำงานเพราะผู้ประกอบการทำงานมีคุณภาพอยู่แล้วมีผลงานให้ลูกค้าได้ดูสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจมากขึ้นทำให้มั่นใจในการทำงานง่ายในการตัดสินใจเป็นที่ดึงดูดสายตา ลูกค้าสะดวกสบายในการจับจ่ายวัสดุอุปกรณ์เป็นสัดส่วนนำเข้ามาใช้บริการสร้างความประทับใจ



ตั้งแต่แรกเห็นของลูกค้าสามารถสื่อสารสัมพันธ์ทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น การสัมผัสและการได้สัมผัส เป็นเป็นสื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ ทำไมต้องมีวัสดุอุปกรณ์เพียงพอต่อการให้บริการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ถ้าไม่มีวัสดุอุปกรณ์เพียงพอต่อการให้บริการการทำงานก็จะล่าช้า ซึ่งในการมีวัสดุอุปกรณ์ที่เพียงพอจะเป็นการสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้า สะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลาไปหาร้านอื่น

2. ความไว้วางใจได้ในการให้บริการ พบว่า การสื่อสารที่ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้ามีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ มีผลในการทำงานหากมีการสื่อสารที่ถูกต้องทำให้ลูกค้าเข้าหลงทำงานได้สะดวกมากขึ้น ลูกค้าจะได้พึงพอใจกับสินค้าของเราและจะมาใช้บริการอีก ความไว้วางใจจากลูกค้ามีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ มีการแนะนำหรือชักจูงบุคคลรอบข้างของลูกค้าทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นถ้าลูกค้าไม่ไว้วางใจทำให้การทำงานที่ไม่สบายใจเราต้องซื้อตรงต่อการทำงาน และต้องสร้างผลงานถ้าลูกค้าไว้วางใจเราแล้วลูกค้าก็จะมาใช้บริการอีก ขั้นตอนในการผลิตและติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ จะเห็นถึงการทำงานที่ช่างมีความประณีตสามารถโชว์ฝีมือการทำงานให้ลูกค้าเชื่อมั่นถ้าขั้นตอนการทำงานที่มีระบบก็จะสามารถทำงานได้เร็วขึ้น มีความประณีต ก็จะทำให้ลูกค้าประทับใจ

3. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า พบว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้ามีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ควรให้บริการลูกค้าต้องคำนึงในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คือ งานที่ได้ต้องเสร็จได้เร็ว และประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายส่วนอื่น ๆ ด้วยการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้ามีผลต่อการทำงานครั้งต่อไปการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้ามีผล ต่อธุรกิจของเรา คือ การให้บริการต้องดี ทำตามทีลูกค้าเรียกร้อง มีส่วนลดในราคาที่สูงไม่ทำให้ลูกค้าคิดว่าถูกทอดทิ้ง การวางแผนการทำงานให้เป็นระบบระเบียบ พนักงานต้องรู้กระบวนการทำงานอย่างดี ต้องรู้ด้วยว่าตนเองมีอำนาจตัดสินใจมากแค่ไหน ผู้ที่สามารถตัดสินใจได้ในขั้นต่อไปคือใคร เพื่อไม่ให้เกิดความล่าช้า เราต้องให้บริการให้ลูกค้าประทับใจเราต้องทำบริการให้ดี การให้บริการด้วยความเต็มใจและเต็มความสามารถมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ การให้บริการด้วยความเต็มใจและเต็มความสามารถมีผลต่อการให้บริการลูกค้าเพราะลูกค้าจะเกิดความประทับใจในการทำงานของผู้ประกอบการทำให้เราภูมิใจทำตามใจลูกค้า การบริการที่รวดเร็วทันตามกำหนดเวลา มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่าง

อคูมึเนึยม คึอ ลูคค้้าพอใจ และสามารรถับงานได้เพิ่มขึ้เนรมึความรับผึคชอบตามการท้งานและ ความเชื่อใจในการบรึการทำให้ลูคค้้าพ้งพอใจในการใช้บรึการและลูคค้้าจะไปบอค้ต่อ

4. การเอาใจใส่ในการให้บรึการ พบว่า การคูลลเอาใจใส่ในการบรึการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประคอบการฐรึการให้บรึการคึคต้งประคuhn้้าต้งอคูมึเนึยม คึอ ลูคค้้าจะมึความรู้สึคที่พอใจในการท้งานต้งสามารรถสร้าง ความเชื่อมั่น และความสะควกให้กับผู้ที่มาใช้บรึการอุปกรณ้์เกึยวข้องกับ การให้บรึการ ต้งมึประสึทษึภาพให้บรึการรวคเร็วและให้ลูคค้้าพอใจด้าน การสึอ โฆมณาและเอกสาร การ โฆมณาต้ง ๆ จะต้งสอดค้ล้องกับลัคษณะของการบรึการที่เสนอขายและลัคษณะของลูคค้้า การ การสร้าง ความพ้งพอใจในการให้บรึการมีผลต่อความสำเร็จของ ผู้ประคอบการฐรึการให้บรึการคึคต้งประคuhn้้าต้งอคูมึเนึยม คึอ การแสดงออกถึงความรู้สึคในทางบวคของผู้รับบรึการต่อ การบรึการอัน เป็นผลมาจาก การประเมึนเปรึยบเทึยบสึ่ที่ผู้รับบรึการได้รับ และ คาคหว้งว่าจะได้รับจากการบรึการ ในแต่ละสตามการณ้์ของการบรึการที่เกึคขึ้เนผลประ โยชน้์ที่ลูคค้้าควรได้รับจากผลลัคณ้์ของเรามูล ค้้าที่ส่งมอบให้แกลลค้้า ซึ่งมุลค้้าที่ส่งมอบต้งสูงกว้่าต้งทุนของลูคค้้าหรือราคาของสึนค้้า

**ส่วนที่ 3 บั้จยัด้านประสคบการณ้์ลูคค้้าที่มีผลต่อบั้จยัที่มีผลต่อความสำเร็จของ ผู้ประคอบการฐรึการให้บรึการคึคต้งประคuhn้้าต้งอคูมึเนึยมในเขตกรุงเทวมหานคร และปรึมณฑล แบ่งตามด้านได้ ดั้งนึ้**

1. บั้จยัด้านพ้งงาน พบว่า การมึมณุษยสัคพ้งน้์ของผู้ให้บรึการมีผลต่อความสำเร็จของ ผู้ประคอบการฐรึการให้บรึการคึคต้งประคuhn้้าต้งอคูมึเนึยม ควรให้บรึการลูคค้้า ควรมึมณุษยสัคพ้งน้์ ที่คึ การแต่งกายของพ้งงานให้บรึการการเอาใจใส่ และความกระตือรือร้น ในการให้บรึการอยู่ ท้งานเอาประการณ้์และความสามารคของซ้งเพราะซ้งไม่เหมึอนกันกัน ทำให้เกึคความพ้งพอใจ ั่วใจในการท้งาน การแต่งกายของผู้ให้บรึการมีผลต่อความสำเร็จของ ผู้ประคอบการฐรึการให้บรึการ คึคต้งประคuhn้้าต้งอคูมึเนึยม คึอ ลูคค้้าคูลแล้ว ว่าเราค้ต้องสุภาพ มึมารยาท ไม่ก้้าวร้าวนามาใช้บรึการ กับเราค้เกึคครั้งต่อ ๆ ไปการวางตัวต้งคึค มึมารยาท การพุดจาเครื่องแบบหรือชุดสุภาพ เพึ่แสดง ความ เป็นพ้งงานที่พ้งอมบรึการ และย้งเป็นสัคณ้์ลัคษณะขององค้กร ณ จคบรึการ การเอาใจใส่ และความ กระตือรือร้นของของผู้ให้บรึการมีผลต่อความสำเร็จของ ผู้ประคอบการฐรึการให้บรึการคึคต้งประคuhn้้าต้งอคูมึเนึยม คึอ จะทำให้เรานึเสียในการท้งาน

2. บั้จยัด้านการบรึการ พบว่า ลูคค้้ามึความพ้งพอใจในกระบวน การให้บรึการมีผลต่อ ความสำเร็จของ ผู้ประคอบการฐรึการให้บรึการคึคต้งประคuhn้้าต้งอคูมึเนึยม คึอ ต้งท้งานให้ ละเอึยค และระม้คระว้งในการท้งาน การมึความรู้ความซ้งานญในการให้บรึการมีผลต่อความสำเร็จ ของผู้ประคอบการฐรึการให้บรึการคึคต้งประคuhn้้าต้งอคูมึเนึยม คึอ สามารคอธิบายรายละเอึยคของ

งานได้ ถ้าไม่มีความรู้จะไม่สามารถใช้งานไปได้การทำงานมานานจะมีประสบการณ์ในการทำงานสามารถทำงานได้ยาวนาน การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีผลอย่างไรต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ไม่มีผล เพราะทุกการจ้างงานของลูกค้าจะเลือกแบบตามใจลูกค้าก่อนแต่เราสามารถให้คำแนะนำให้กับลูกค้าได้ไม่มีหลักการให้กับลูกค้าอาจเกิดปัญหาของผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายความแตกต่างและข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า

3. ด้านความสะดวกสบาย พบว่า การให้บริการความสะดวกในการให้บริการของลูกค้ามีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ต้องมีการให้บริการหลังการขาย ดูแลหลังการติดตั้ง 6 เดือน ตรวจสอบความเสียหาย และแจ้งค่าใช้จ่าย หลังการติดตั้งทำให้งานราบรื่นและเสร็จเร็วขึ้นไม่มีผล การให้บริการหลังการขายหากเกิดปัญหามีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ เราต้องสามารถแก้ไขปัญหาที่พบได้ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในครั้งต่อ ๆ ไปเราต้องสามารถแก้ไขปัญหาที่พบได้ ต้องทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการ การให้คำปรึกษาและสามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์เกิดปัญหามีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ต้องให้คำปรึกษาและสามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์เกิดปัญหาต้องแก้ไขปัญหาขึ้นอยู่กับช่างให้คำปรึกษาและสามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์เกิดปัญหาได้ตลอด

4. ด้านกระบวนการ พบว่า กระบวนการในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าที่มีความสะดวกและความรวดเร็วมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ทำให้เราทำงานได้มากขึ้นทำให้งานมีการเจรจาตกลงกันได้รวดเร็วบางที่เราทำงานเร็วเกินไปอาจเกิดข้อผิดพลาดทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจได้ กระบวนการให้บริการมีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ทำให้เกิดความไว้วางใจในการให้บริการว่ากระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการที่ได้มาตรฐาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ สามารถอธิบายได้ถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการที่ได้มาตรฐาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการที่มีผลดี

5. ด้านการสื่อสาร พบว่า การสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายไม่มีผลต่อการทำงานแต่มีความสำคัญในการขยายกิจการทำให้ลูกค้าเห็นผลงานเพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ลูกค้าได้รับทราบเพื่อให้ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจที่

ถูกต้องผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องระบุบริษัทผู้ผลิต รวมทั้งระบุผู้สนับสนุนสินค้าและบริการชนิดนั้น ๆ ให้ชัดเจน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผลิตภัณฑ์และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค การติดต่อสื่อสารสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ ไลน์ เฟซบุ๊ก และเพจร้าน มีสร้างเว็บไซต์ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ทำให้ลูกค้ารู้ทันเร็วขึ้นลูกค้าติดต่อเราได้ง่ายขึ้น

6. ด้านราคา พบว่า ในการให้บริการมีการระบุราคาของผลิตภัณฑ์ชัดเจน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ควรให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว เพื่อลูกค้าจะได้งานที่ไว และไม่เสียเวลา ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเนื่องจากงานที่ล่าช้าเกินกำหนดความประทับใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ลูกค้าคือมีมาตรฐานที่ระบุไว้แล้ว ทำให้สะดวกในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในการผลิตให้ชัดเจน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ สามารถบอกถึงราคากลางให้ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบในผลิตภัณฑ์นั้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าการทำงาน การให้เครดิตในการจ่ายเงินกับลูกค้าชัดเจน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ การระบุราคาของผลิตภัณฑ์ชัดเจนมีการเปรียบราคากับผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานของราคาของ มีการตั้งเกณฑ์การให้บริการ ลูกค้าใหม่ 1 อาทิตย์ ลูกค้าเก่า 40 วันลูกค้าอาจมีค่าใช้จ่ายมากขึ้นแล้วต้องมีของสมนาคุณให้กับลูกค้า มอบส่วนลดให้ลูกค้าที่ชำระเงินตรงเวลา

**ส่วนที่ 4 ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แบ่งเป็นรายด้านได้ ดังนี้**

ปัจจัยด้านความสำเร็จ พบว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการของการให้บริการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ สร้างผลประโยชน์เพิ่มให้แก่ธุรกิจโดยการเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้นเพื่อเป็นการนำไปสู่การสร้างความรักดีของลูกค้านำไปสู่การสร้างผลกำไรในระยะยาว ถ้าธุรกิจสามารถรักษาลูกค้าที่ดีไว้ในปริมาณมาก ๆ จะสร้างผลกำไรมากกว่าการหาลูกค้าใหม่เข้ามาทดแทนลูกค้าเก่าที่จากไปอยู่เสมอลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก ๆ จะช่วยในการกระจายข่าวแบบปากต่อปาก ทำให้คนรู้จักมากขึ้น ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับลูกค้าใหม่ที่ใช้ในการตัดสินใจ การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้ความสามารถของพนักงาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเพราะมีการบอกต่อกันจากลูกค้า มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อใจมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเพราะทำดีลูกค้ามีความพอใจในงานการผลิตในงานน้อยมีความ

แม้ในกรณีที่ยืดหยุ่นข้อมูล ตัวเลข หรือสถิติต่าง ๆ ไม่เกินเลื้อยจนทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการ การบริหารเวลาในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันใจและระยะเวลาเหมาะสมในการให้บริการ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ทำให้ลูกค้าประทับใจมีผลต่อการให้บริการ เพราะถ้าบริการไม่ดีทำให้งานเสร็จไม่ทันตามกำหนดการสามารถทำตามระยะเวลาที่ตกลงกับลูกค้าไว้ จำนวนลูกค้าที่มารับบริการมีปริมาณเพิ่มขึ้น มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ไม่มีผลต่อจำนวนลูกค้าที่มารับบริการมีปริมาณเพิ่มขึ้นแต่มีผลกับรายได้มีผล ต่อจำนวนลูกค้าที่มารับบริการมีปริมาณเพิ่มขึ้น เพราะทำให้กิจการดีขึ้นและรายได้เพิ่มขึ้นจำนวนลูกค้าที่มารับบริการมีปริมาณเพิ่มขึ้นทำให้มีงานเยอะ มีผลกำไรมากขึ้น ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าในกลุ่มธุรกิจมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ก่อนที่ลูกค้าจะจ่ายจะซื้อราคาก่อนจ้าง การยอมรับจากลูกค้าที่รับบริการต่อกันพนักงานสามารถบริหารเวลาได้อย่างรวดเร็วและในระยะเวลาเหมาะสมแล้วจะมีชื่อเสียงมากจากผลงาน

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา เรื่อง ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปได้ ดังนี้

### 5.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรับเหมาติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมหรือผู้ประกอบการอิสระรายเล็ก ๆ โดยผู้ศึกษาเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการอิสระจำนวน 10 ตัวอย่าง ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนบุคลากร จำนวนงานต่อเดือน จำนวนประสบการณ์ทำงาน

### 5.2.2 ปัจจัยในด้านคุณภาพการบริการ

ด้านคุณภาพบริการ การมีอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมที่ทันสมัยมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ช่วยประหยัดเวลา ประหยัดคนในการทำงาน ในความสะดวก และความรวดเร็วในการติดตั้ง ทำงานได้เร็วขึ้น การสื่อสารที่ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้ามีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้ามีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ควรให้บริการลูกค้า

ต้องคำนึงในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การเอาใจใส่ในการให้บริการ พบว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ลูกค้าจะมีความรู้สึกที่พอใจในการทำงานต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาใช้บริการอุปกรณ์เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

จากการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของเขวภา ปฐมศิริกุล (2554) เป็นการศึกษา แบบจำลองปัจจัยความสำเร็จการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าการเอาใจใส่ในการให้บริการเป็นปัจจัยคุณภาพการให้บริการระดับสูงสุด รองลงมาคือปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากการศึกษาพบว่าในการบริการที่ดีนั้น ถ้าผู้ให้บริการมีความเอาใจใส่ดูแลในการบริการอย่างเต็มที่แล้วนั้น ผู้ถูกให้บริการก็จะมีความพึงพอใจในการบริการ มีความไว้วางใจในการกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง ดังนั้นถ้าเรามีการบริการที่ดีแล้วผลตอบรับจากการบริการให้บริการก็จะดีตามมาด้วย

### 5.2.3 ปัจจัยด้านประสบการณ์ลูกค้า

ด้านประสบการณ์ลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ควรให้บริการลูกค้า ควรมีมนุษยสัมพันธ์การแต่งกายของพนักงานให้บริการการเอาใจใส่และความกระตือรือร้น ในการให้บริการ ปัจจัยด้านการบริการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในกระบวนการให้บริการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ ต้องทำงานให้ละเอียด และระมัดระวังในการทำงาน การมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ด้านความสะอาดสบาย พบว่า การให้บริการความสะอาดในการให้บริการของลูกค้า มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ด้านกระบวนการ พบว่า กระบวนการในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าที่มีความสะดวกและความรวดเร็วมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม ด้านการสื่อสาร พบว่า การสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่าย ด้านราคา พบว่า ควรให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว เพื่อลูกค้าจะได้งานที่ไว และ ไม่เสียเวลา ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเนื่องจากงานที่ล่าช้าเกินกำหนดความประทับใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ลูกค้าคือมีมาตรฐานที่ระบุไว้แล้ว ทำให้สะดวกในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในการผลิตให้ชัดเจน

ซึ่งจากการศึกษาปัจจัยในด้านประสบการณ์ลูกค้าที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยในด้านประสบการณ์ลูกค้าไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของราชวัฒน์ ศรีทิพย์ (2550) เป็นการศึกษาการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าในธุรกิจรถยนต์ เนื่องจากประสบการณ์ลูกค้าเกิดจากความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการในด้านของประสบการณ์ลูกค้า ซึ่งผู้ให้บริการจะให้ความสำคัญในด้านของพนักงานมีระดับสูง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการบริการ ด้านการสื่อสาร ด้านความสะดวกสบาย ด้านราคา และด้านกระบวนการตามลำดับ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นมากในการบริการ เนื่องจากการให้บริการต้องอาศัยความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก หากลูกค้าไม่พึงพอใจในการใช้บริการตั้งแต่ครั้งแรกในการใช้บริการจะทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจและไม่กลับมาใช้บริการอีก ดังนั้นการสร้างการรับรู้ให้ลูกค้าในการบริการครั้งแรกไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของด้านพนักงานด้านการบริการ ด้านการสื่อสาร ด้านความสะดวกสบาย ด้านราคา และด้านกระบวนการในการบริการจึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับการบริการที่ดี

#### 5.2.4 ปัจจัยด้านความสำเร็จ

ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการของการให้บริการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียม คือ สร้างผลประโยชน์เพิ่มให้แก่ธุรกิจโดยการเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อเป็นการนำไปสู่การสร้างความภักดีของลูกค้าสร้างผลกำไรในระยะ

ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McKinsey Global Institute (1998) กล่าวว่า การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (CSF Analysis) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดประสิทธิภาพในการติดตามผลการดำเนินการ (Monitoring System) ในการวิเคราะห์นี้ผลที่ออกมาอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า เกณฑ์การวัดประสิทธิภาพมีอยู่ในระดับที่สูง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของการบริการนั้นสามารถวัดได้จากความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือจำนวนลูกค้าที่มารับบริการมีปริมาณเพิ่มขึ้น ด้านชื่อเสียงของร้าน ด้านได้รับการยอมรับจากลูกค้า ด้านได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านสามารถบริหารเวลา และด้านได้รับผลกำไรที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ ดังนั้นหากเรามีการบริการที่สร้าง

ความประทับใจให้กับลูกค้าแล้ว ลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการของเราอีกครั้ง ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในกิจการ

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

5.3.1 ผู้ประกอบการติดตั้งกระจกและอลูมิเนียมควรมีการพัฒนาความรู้และทักษะการบริหารผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีการศึกษาที่ไม่สูงนัก ไม่มีทักษะด้านการบริหาร รูปแบบการดำเนินกิจการจึงมีการดำเนินไปด้วยความเคยชินเป็นหลัก ไม่มีการจัดทำบัญชีไม่สามารถแยกต้นทุน รายได้ และกำไรได้อย่างไร

5.3.2 ในปัจจุบันตลาดมีการแข่งขันสูงทั้งในด้านปริมาณและด้านคุณภาพผู้ประกอบการพบกับราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้นและปัญหาขาดแคลนแรงงาน ผู้ประกอบการรายย่อยควรปรับปรุงพัฒนา รูปแบบและคุณภาพการผลิต การค้า การบริการ โดยมีการใช้วัตถุดิบที่สามารถใช้ทดแทนได้ในท้องถิ่นเพื่อลดต้นทุนการผลิต และมีการปรับปรุงรูปแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ในด้านใดด้านหนึ่งมีความสามารถในการนำเสนอเป็นจุดขายของแต่ละสถานที่และตรงกับความต้องการของลูกค้าส่วน ปัญหาขาดแคลนแรงงาน ผู้ประกอบการรายย่อยควรมีการนำเครื่องมือเครื่องจักรที่เหมาะสมมาช่วยในการดำเนินงานเพื่อลดปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน

5.3.3 ผู้ประกอบการรายย่อยแต่ละรายควรมีการรวมตัวกัน มีการแลกเปลี่ยนความรู้การจัดการรวมถึงช่วยกันแก้ไขปัญหาาร่วมกันของผู้ประกอบการรายย่อยมีการพึ่งพากันในชุมชนจะส่งผลให้เกิดการรวมตัวกันทางด้านเศรษฐกิจก้าวไปสู่เครือข่ายผู้ให้บริการติดตั้งกระจกและอลูมิเนียมที่เป็นความสำเร็จที่ยั่งยืนต่อไป

### 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5.4.2 ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของผู้ประกอบการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5.4.3 ศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล



5.4.4 ศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาพแวดล้อมของกลุ่มลูกค้า ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ



## บรรณานุกรม

- กาญจน์ลีดา โขมิตช์ชญุสิทธิ์. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- กิตติชัย ศรีชัยภูมิ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็กกับความภักดีต่อตราสินค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).
- กิริติ บุญเจือ. (2522). สารานุกรมปรัชญา. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- กลุ่มอุตสาหกรรมอลูมิเนียม. (2560). จำนวนสมาชิกอุตสาหกรรมอลูมิเนียม. สืบค้นจาก <http://ftiweb.off.fti.or.th/industrialgroup/aluminium/news.asp>
- ชวาล แพร์ตกุล. (2536). เทคนิคการวัดผล. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- ชุดิมา หวังเบญจหมัด. (2555). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่).
- ธีรวิทย์ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ประดินันท์ อูปรมัย. (2540). เอกสารการสอนชุดวิชาพื้นฐานการศึกษา หน่วยที่ 4 มุ่งเน้นกับการเรียนรู้ (พิมพ์ครั้งที่ 15). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เยาวภา ปฐมศิริกุล. (2554). แบบจำลองปัจจัยความสำเร็จการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba130/Article/JBA130Yaowapa.pdf>
- รวมช่างกระจกอลูมิเนียมกรุงเทพและปริมณฑล. (2560). รวมช่างกระจกอลูมิเนียมกรุงเทพและปริมณฑล. สืบค้นจาก <http://www.thaihomebuild.com/category/5>
- ราชวัฒน์ ศรีทิพย์. (2550). การบริหารประสบการณ์ของลูกค้าในธุรกิจรถยนต์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- วลัยพรรณ จารุกิจกุล. (2545). แนวทางการจัดวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจรับเหมา ติดตั้ง อลูมิเนียมกระจก (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต).
- วสุวัฒน์ แซ่หลู่. (2559). บริษัท วสุวัฒน์ อลูเทค จำกัด. สืบค้นจาก <http://www.phuketbulletin.co.th/Property/view.php?id=1391>
- ศรัณรัตน์ จินกุล. (2558). ปัจจัยด้านประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทาง กรุงเทพฯ - พิษณุโลก และใช้บริการ City Transfer พิษณุโลก - สุโขทัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และองอาจ ปทะวานิช. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแห่งโลกธุรกิจ
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). อสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยปี 2559. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/Search.aspx?cid=9>,
- อารี สุทธิพันธุ์. (2533). ประสบการณ์สุนทรีย์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ต้นอ่อน
- Alan, S. M. (2011). **Principles of Measurement and Instrumentation** (3rd ed.). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Bloom, B.S. (1975). **Taxonomy of Education**. David McKay Company Ins., New York. 117.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co - create value with the customer. **European Management Journal**, 25 (5), 395 - 410.
- Gronroos, G.T. (1990). **Service managemet and marketing**. Massachusetts: Lexington Books.
- Hartel, C., & McColl - Kenedy, J. (2005). Experience as a Moderator of Involvement and Satisfaction on Brand Loyalty in a Business - Business Setting. **Industrial. Market Management**, 34 (1), 97 - 107.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

LoveLock, H. C. (1996). **Managing Services**. New York: McGraw – Hill Book Company.

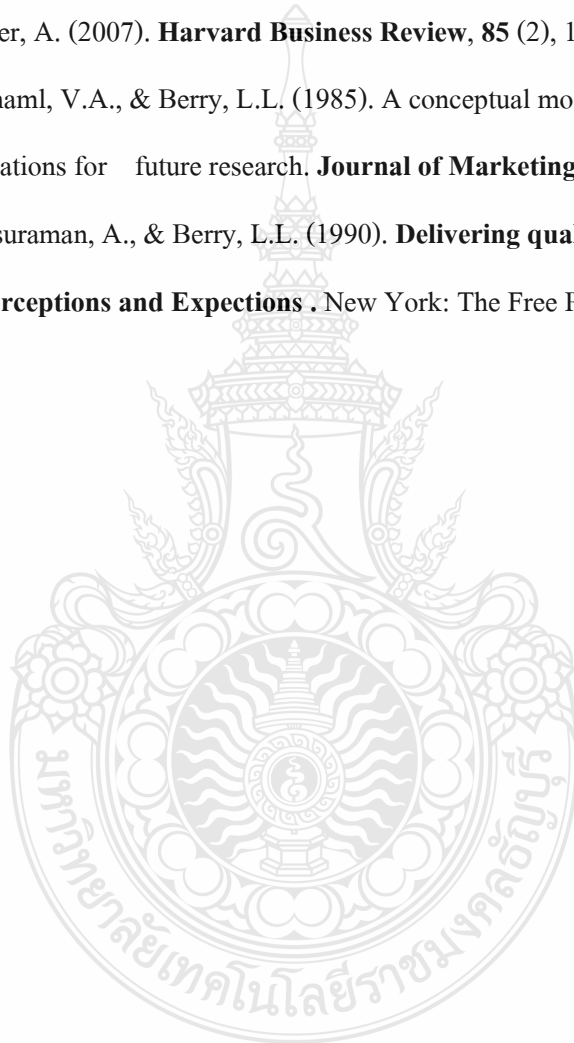
McKinsey Global Institute. (1998). **Driving Productivity and Growth in the U.K. Economy**.

Washington. D.C: Mckinsey & Company.

Meyer, C., & Suhwager, A. (2007). **Harvard Business Review**, 85 (2), 117 - 126.

Parasuraman, A, Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, 49 (4), 41-50.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L.L. (1990). **Delivering quality service: Balancing Customer Perceptions and Expectations** . New York: The Free Press.





7) ประสบการณ์ในการทำงานให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมต่อเดือน

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. (.....) ต่ำกว่า 3 ปี | 2. (.....) 4 – 10 ปี     |
| 3. (.....) 11 - 15 ปี   | 4. (.....) มากกว่า 15 ปี |

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

**2.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ**

ท่านคิดว่าความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการมีอุปกรณ์เครื่องมือเนียมที่ทันสมัย มีวัสดุอุปกรณ์เพียงพอต่อการให้บริการ และการตกแต่งหน้าร้านทั้งภายในและภายนอกร้านมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....

.....

**2.2 ความไว้วางใจได้ในการให้บริการ**

ท่านคิดว่าความไว้วางใจได้ในการให้บริการ ด้านการสื่อสาร การทำให้เกิดความในขั้นตอนในการผลิตและติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....

.....

**2.3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า**

ท่านคิดว่า การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า ด้านการให้บริการด้วยความเต็มใจ และเต็มความสามารถ และการบริการที่รวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....

.....

**2.4 การเอาใจใส่ในการให้บริการ**

ท่านคิดว่า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ด้านการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....

.....

ส่วนที่ 3 : ปัจจัยด้านประสบการณ์ลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### 3.1 ปัจจัยด้านพนักงาน

ท่านคิดว่าปัจจัยด้านพนักงาน ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกาย การเอาใจใส่ของของผู้ให้บริการ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....  
.....

### 3.2 ปัจจัยด้านการบริการ

ท่านคิดว่าปัจจัยด้านการบริการ ด้านการสร้างความพึงพอใจความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีผลอย่างไรต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....  
.....

### 3.3 ด้านความสะอาดสบาย

ท่านคิดว่าด้านความสะอาดสบายในการให้บริการ ด้านการบริการหลังการขายหากเกิดปัญหา และให้คำปรึกษาและสามารถติดต่อได้หากผลิตภัณฑ์เกิดปัญหามีผลอย่างไรต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....  
.....

### 3.4 ด้านกระบวนการ

ท่านคิดว่าด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการติดต่อประสานงานกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการที่ได้มาตรฐาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....  
.....

### 3.5 ด้านการสื่อสาร

ท่านคิดว่าด้านการสื่อสารในการบริการ ด้านสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีความทันสมัยเข้าถึงง่าย การติดต่อสื่อสารสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ ไลน์ เฟซบุ๊ก และเพจร้าน มีสร้างเว็บไซต์ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....  
.....

### 3.6 ด้านราคา

ท่านคิดว่าด้านราคาของผลิตภัณฑ์ ด้านการระบุราคาของผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในการผลิตให้ชัดเจน และการให้เครดิตในการจ่ายเงินกับลูกค้าชัดเจน มีผลอย่างไรต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....  
.....

**ส่วนที่ 4 : ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

ท่านคิดว่าความพึงพอใจจากลูกค้าในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการของการให้บริการ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....  
.....

ท่านคิดว่าการยอมรับจากลูกค้าในด้านความรู้ความสามารถของพนักงาน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....  
.....

ท่านคิดว่าการบริหารเวลาในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันใจและระยะเวลาเหมาะสมในการให้บริการ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมอย่างไร

.....  
.....



ภาคผนวก



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวกัศสร เกษลัษณ์
วัน เดือน ปีเกิด	31 กรกฎาคม 2532
ที่อยู่	2/6 หมู่ 4 ตำบลหนองเพรางาย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี 11150
การศึกษา	ปริญญาตรี คณะบัญชี สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
เบอร์โทรศัพท์	083-303-7116
อีเมล	Pketdsalak@gmail.com

