

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์  
บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด (สาขารามอินทรา)

A STUDY OF CUSTOMER SATISFACTION WITH THE AUTOMOBILE  
MAINTENANCE SERVICE CENTER AT ALBATROSS AUTO CO., LTD.  
(RAMINTRA BRANCH)

ชมนุช เจริญปรีชา<sup>1</sup>, ณัฐวุฒิ ธีระเสถียรพร<sup>2</sup>, พีระพงษ์ แสงภู<sup>3</sup>

Chompoonut Rianpreecha<sup>1</sup>, Natthawut Trirasathianporn<sup>2</sup>, Peerapong Seangpoo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตร (สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ธานี)

<sup>2</sup>นักวิจัยอิสระ

<sup>3</sup>นักศึกษา (สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยกรุงเทพธานี)

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Inference Statistics T-test F-test และ One –Way ANOVA กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนเพศชาย เพศหญิงแตกต่างกันประกอบด้วย เพศชาย 334 คน และเพศหญิง 66 คน เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนคือ 10,001 –20,000 บาทต่อเดือน ระดับ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา)อยู่ในระดับน้อยในทุกด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านกระบวนการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา)ขึ้นอยู่กับปัจจัยเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ

## Abstract

This research aims to study customer satisfaction with the car maintenance service center; Albatros Auto Company Limited (Ramindra Branch) by collecting data from a sample of 400 people using questionnaires as a survey tool. Statistics used in data analysis were percentage, mean and standard deviation. Hypothesis testing used Inference Statistics T-test F-test and One-Way ANOVA to determine statistical significance at the level of 0.05.

The research found that the sample had male proportion. There were 334 males and 66 females. When considering the age between 31-40 years old, the education level was bachelor's degree. The monthly income was 10,001 - 20,000 baht per month. The level of customer satisfaction with the car maintenance service center Albatros Auto Co., Ltd. (Ramindra Branch) was at a low level in all aspects, including personal aspects, Physical and Process. Considering each aspect, it was found that the highest average value was Process.

The hypothesis testing found that the level of importance to customer satisfaction with the car maintenance service center, Albatros Auto Company Limited (Ramindra Branch) depended on the factors of gender, age, occupation, income at the level of significance 0.05.

**Keywords:** Satisfaction

## บทนำ

จากปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ของไทยปี 2559 ที่ผ่านมา อัตราการเติบโตของการจำหน่ายรถยนต์มีเพิ่มมากขึ้นจากปี 2558 ร้อยละ 4.28 % ความต้องการใช้รถยนต์ในประเทศมีมากขึ้น ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าได้ทัดเทียมกัน สินค้าเริ่มมีความเหมือนกันมากขึ้น การออกแบบรูปทรงของรถยนต์มีการผลิตสินค้าที่มีความใกล้เคียงกันไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ในการใช้สอยราคา รูปลักษณะ รวมทั้งความประหยัดของอัตราการเผาผลาญพลังงาน ไม่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ความรู้เรื่องยานยนต์ทักษะทางการผลิตที่เริ่มมีความเหมือนตามกันและยังผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันน้อย ความใกล้เคียงกันทั้งผลิตภัณฑ์และราคา ทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจยากแต่การบริการก็สามารถที่จะช่วยปรับตัวได้เร็วกว่าการผลิต ดังนั้นสิ่งที่จะสามารถนำมาแข่งขันได้คือ “กลยุทธ์การให้บริการ” ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจะต้องสร้างความแตกต่างต้องมีความโดดเด่นไม่เหมือนใครและคู่แข่งลอกเลียนแบบได้ยากจำเป็นต้องมีการบริการที่ดีทั้งก่อน

ชาย ขณะขายและหลังการขายเพื่อดูแลลูกค้า ต้องทำอย่างไรให้ลูกค้าใช้สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่ต้องการการดูแลบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่องดังนั้นการบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากที่ศูนย์บริการจะต้องคำนึงและสร้างความแตกต่างในการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจให้ได้ นอกจากนี้จะเป็นช่องทางของการได้มาของรายได้ของศูนย์บริการที่ต้องดูแลรถยนต์หลังการขายแล้วยังเป็นวิธีการที่ทำให้ลูกค้าเข้าใช้บริการต่อเนื่องตามระยะทางที่กำหนด และการได้รับการบริการที่ดี เกิดความคาดหวังของลูกค้าซึ่งจะเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจของลูกค้าที่จะใช้บริการกับศูนย์บริการนั้นๆ ต่อไป

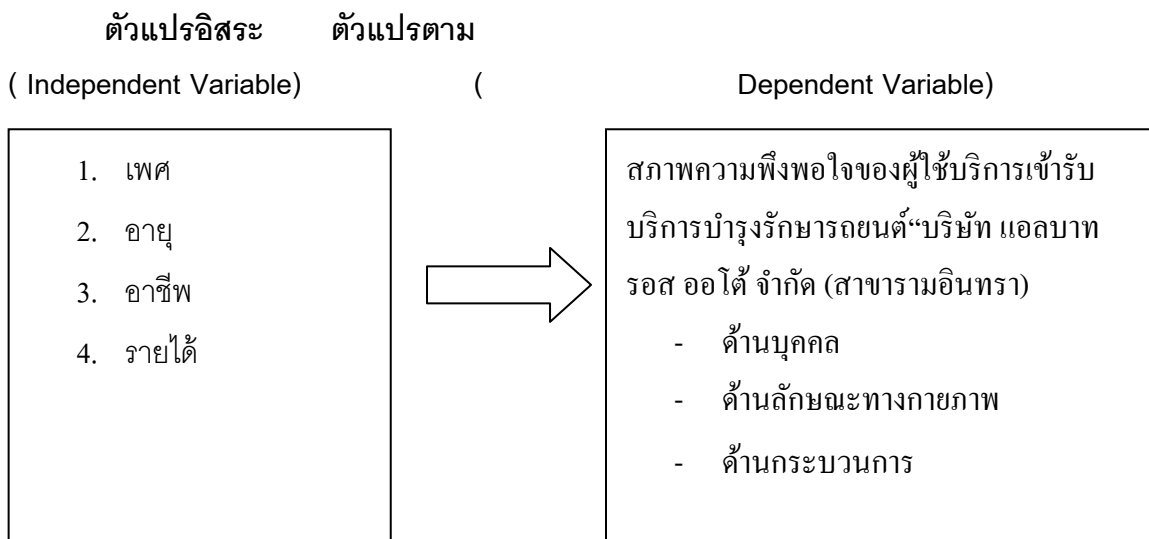
การให้ความสำคัญกับลูกค้า หรือ ผู้รับบริการ และการค้นหาความต้องการเพื่อสนองการบริการที่ลูกค้าสนใจนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เป้าหมายสูงสุดของการบริการคือการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าชอบใจและติดใจกลับมาใช้บริการอีกต่อไป ความพึงพอใจในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการของธุรกิจนั้นๆความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำจึงเป็นเรื่องสำคัญเพราะความรู้ความเข้าใจในบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ผู้วิจัยเลือกศูนย์บริการ บริษัท แอลบิทออส ออโต้ จำกัด (สาขารามอินทรา) เนื่องจากประกอบกิจการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์รวมถึงซ่อมบำรุงรักษารถยนต์ งานวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ใน 3 ด้านได้แก่ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และเปรียบเทียบความพึงพอใจผู้ใช้บริการโดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนในระยะเวลาที่ลูกค้าเข้าใช้บริการที่ศูนย์บริการ เป็นช่วงเวลาของลูกค้าและศูนย์บริการรถยนต์จะได้มีโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการรอคอยได้ ผู้วิจัยจึงมองเห็นความสำคัญในการหาแนวทางที่ทำให้ศูนย์บริการปรับปรุงสร้างประสบการณ์ของลูกค้าและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าให้ได้มากที่สุดและหาแนวทางให้บริการหรือกิจกรรมเสริมเพื่อบริหารการรอคอยของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการลดกระบวนการการรอคอยหรือปรับปรุงการบริการภายในให้รวดเร็วขึ้น รวมทั้งการเพิ่มอำนาจในการตัดสินใจของพนักงานในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึกว่ารออย่างไม่มีจุดหมายจะต้องหาวิธีการหรือมาตรฐานในการบริการ เพื่อจัดการกับความรู้สึกของศูนย์บริการต้องบริหารจัดการประสบการณ์ของลูกค้าในระหว่างที่ลูกค้ารอคอยแล้วทำอย่างไรให้ลูกค้าไม่รู้สึกเบื่อ เมื่อต้องใช้เวลาในการรอคอยการซ่อม ทำอย่างไรให้ลูกค้ารู้สึกต้องการเข้ามาใช้บริการด้วยความเพลิดเพลินและรอคอยอย่างมีคุณค่า

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด (สาขารามอินทรา)

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## การดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด (สาขารามอินทรา) ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป เนื่องจากผู้บริโภครุ่นนี้เป็นผู้ที่มีสิทธิในการสอบถามข้อบกพร่องรถยนต์ถูกต้องตามกฎหมาย ในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนกรกฎาคมมีจำนวนผู้ใช้บริการจำนวน 10,000 คน

#### 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การเลือกตัวอย่างเพื่อให้ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด (สาขารามอินทรา) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย โดยการคำนวณจากสูตร ของ ทาโร ยามาเน่ Taro Yamane(ผศ.ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ 2549:61-62)ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 หรือ 400 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามลำดับขั้นตามลำดับขั้นตอนดังนี้

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์คือกลุ่มผู้ใช้บริการ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด (สาขารามอินทรา) เริ่มดำเนินการปรับปรุงแบบการให้บริการมีลักษณะดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้มาใช้บริการ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิดโดยมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด (สาขารามอินทรา) ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือกซึ่งแบ่งแยกออกเป็น 3 ด้าน คือ 1. ด้านบุคคล 2. ด้านลักษณะทางกายภาพ 3. ด้านกระบวนการ

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด ประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงความพึงพอใจในการใช้บริการด้านต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการที่ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด (สาขารามอินทรา) ซึ่งเกี่ยวข้องกับด้านบุคคลด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ

## ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเพศชาย 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 และเพศหญิง 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และมีอายุ 51 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา คือ อาชีพรับราชการ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 รองลงมา คือ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา คือ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมา คือ รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 รองลงมา คือ รายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

2. ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์ บริการของ บำรุงรักษารถยนต์“บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด (สาขารามอินทรา)”

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ รวม 3 ด้าน ที่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการ บำรุงรักษารถยนต์ ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ พบว่าได้มี รายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ด้านบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา) ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากกับทุก ประเด็น

2.2 ด้าน ลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา) ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดด้วยความทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีช่วยในการบริการ และความพอใจจากการ บริการด้วยค่าเฉลี่ย 4.26 และ 4.36 ตามลำดับ

2.3 ด้านกระบวนการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา) ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับ ประเด็นการให้คำปรึกษาในเรื่องปัญหาของรถ การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า และมีการแจ้งซ่อมที่ ชัดเจน ด้วยค่าเฉลี่ย 4.40 และ 4.43 และ 4.31 ตามลำดับ

### 3. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ของ “บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา) ”ในแต่ละ ด้านที่แตกต่างกัน

1.1 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ พบว่าทุกประเด็นมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีการให้คะแนนความสำคัญปัจจัยไม่แตกต่างกันมี นัยสถิติความเชื่อมั่น 95% ทุกประเด็น

1.2 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพจำแนกตามเพศ พบว่าทุกประเด็นมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีการให้คะแนนความสำคัญ ปัจจัยไม่แตกต่างกันมีนัยสถิติความเชื่อมั่น 95% ยกเว้นในด้านอะไหล่สำรองสำหรับการบริการ ซึ่ง เพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญแตกต่างกัน โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่า

1.3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัย ด้านกระบวนการจำแนกตามเพศ พบว่าทุกประเด็นมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีการให้คะแนนความสำคัญปัจจัยไม่แตกต่างกันมีนัยสถิติความเชื่อมั่น 95% ทุกประเด็น

สมมติฐานที่ 2 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ของ “บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา)” ที่ไม่แตกต่างกัน

2.1 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทั้งด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุพบว่าทุกประเด็นมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการให้คะแนนความสำคัญปัจจัยไม่แตกต่างกันมีนัยสถิติความเชื่อมั่น 95% ทั้งสามด้าน

สมมติฐานที่ 3 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ของ “บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา)” ที่ไม่แตกต่าง

3.1 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัย ทั้งด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ทุกประเด็นมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สมมติฐานที่ 4 ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมี ความพึงพอใจที่แตกต่างกันทั้งสามด้าน

สมมติฐานที่ 4 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อสภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ของ “บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา)” ที่ไม่แตกต่าง

4.1 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัย ทั้งด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้ พบว่า ทุกประเด็นมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีการให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทั้งสามด้าน

## อภิปรายผล

ผู้บริโภคที่มาใช้บริการศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ของ “บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา)” ที่มีความแตกต่างกันทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อ ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ของ “บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา) ในแต่ละ ด้านต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ศูนย์บริการบำรุงรักษา รถยนต์ของ“บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา) ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในประเด็นอะไหล่สำรองสำหรับการบริการ เท่านั้น โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศ ชายอย่างมีนัยสำคัญ

ระดับรายได้ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ศูนย์บริการบำรุงรักษา รถยนต์ของ “บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา) ในด้าน การมีมนุษยสัมพันธ์ต่อ ลูกค้า ผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จะให้ความสำคัญน้อยกว่าระดับรายได้อื่น ๆ

อาชีพที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ศูนย์บริการบำรุงรักษา รถยนต์ของ“บริษัท แอลบาทรอส ออโต้ จำกัด(สาขารามอินทรา)ในระดับความสำคัญที่เท่ากัน

ความพึงพอใจด้านบุคคล (การแต่งกาย การแสดงกิริยาท่าทาง ความรอบรู้ในข้อมูล และ การมีมนุษยสัมพันธ์) พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมาก ในการจัดขั้นตอนการให้บริการ โดยให้ ความสำคัญในด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ร้อยละ 54 และให้ความสำคัญน้อยในด้านการแต่งกาย ของพนักงานร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ (ความสะอาดในการบริการ อะไหล่สำรอง ความ ทันสมัย ความชำนาญและความเชี่ยวชาญ และความพอใจในการให้บริการ) พบว่าผู้รับบริการให้ ความสำคัญมากในด้านความพอใจในการให้บริการร้อยละ 58.8 รองลงมาความชำนาญและ ความเชี่ยวชาญร้อยละ 26.6 และด้านอื่นรองลงมาตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านกระบวนการ (การให้คำปรึกษาเรื่องปัญหา ความรวดเร็วในการ ให้บริการ การแจ้งซ่อม และการตรวจเช็คครกก่อนส่งมอบ) พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากใน ด้านการให้คำปรึกษาเรื่องปัญหาของรถร้อยละ 61.8 รองลงมาในด้านการแจ้งซ่อมที่ชัดเจนร้อยละ 49 และด้านอื่นรองลงมาตามลำดับ

## ข้อเสนอแนะ

ความต้องการ ความคาดหวัง และสิ่ง que ผู้รับบริการไม่พึงพอใจ แยกออกเป็น 3 ประเด็น คือ

1. ด้านบุคคล การบริการของเจ้าหน้าที่ต้องการบริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ควรมี ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของสินค้า ให้บริการด้วยความเต็มใจและยิ้มแย้มแจ่มใส การบริการที่เป็น



มิตรให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทั้งนี้ศูนย์บริการจึงควรมีการจัดอบรมเพิ่มประสบการณ์ความรู้ เพื่อเพิ่มทักษะความสามารถของพนักงาน

2. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรให้พนักงานที่ปรึกษาบริการหรือพนักงานช่างชี้แจงเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยตนเอง ทั้งนี้ศูนย์บริการจึงควรมีการจัดอบรมเพื่อความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นกับรถ เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าในส่วนนี้ให้มากยิ่งขึ้น

3. ด้านกระบวนการ ควรมีการแจ้งความคืบหน้าในการแจ้งซ่อมรถให้กับผู้ใช้บริการเป็นระยะ และควรมีการแจ้งเตือนลูกค้าในการนำรถเข้าเช็คระยะตามระยะทางที่กำหนดอย่างน้อยล่วงหน้า 1 เดือน เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และเพิ่มยอดรถเข้ารับบริการ

### บรรณานุกรม

- วรินทร์ ธนาภิวัดน์ 2551. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย บริษัท เมโทรซิสเต็มส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วชิรวิทย์ ไม้คู่ 2546. ความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ “เซลส์อโต้เซิร์ฟ” บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อัจฉิมา หอมระรื่น 2552. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทแคนนอน ไฮ-เทค (ประเทศไทย) บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยศรีปทุม
- กาญจนา อรุณสุขรุจี 2546. ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์- การเกษตร ไชยปราการ จำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่: คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่; 2546
- ธนพล มณีรัตน์ 2550. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของรถโดยสารปรับอากาศไมโครบัส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- วิรุฬพรพรรณเทวี 2542. ความพึงพอใจของประชาชนของการให้บริการของหน่วยงาน กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาเชิงบริหารการศึกษ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อำนาจ ผมทอง 2552. วิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการบริหารสภาพแวดล้อมในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา เขต 2.

อรุณี ใจคำ 2554. พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของตู้เอทีเอ็มธนาคารกรุงไทย

ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง. การศึกษาด้านค้นคว้าอิสระวิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร  
มหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ 2547 การจัดการการตลาดพิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ เพียร์สันเอด์

ดูเคชั่น อินโด ไชน่า

ชญัญญากัด โพธิ์ตุน 2551 ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเมืองทอง

เซอร์วิสเซส แอนด์ แมเนจเม้นท์ จำกัด

สมพงษ์ชนะศึก 2554 ได้ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการปฏิบัติงานในบริษัทแปง-มัน

กาฟสินธุ์จำกัด

สุรีพร ชำนาญศิลป์ 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

บริษัทเพียวแอนด์นิท จำกัด จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วุฒิพงษ์ กุลวงษ์ 2552. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ดีเอสเอ สยามวาลา

จำกัดการค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.