

ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจของผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถ
ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์¹

FACTORS AFFECTING THE EFFECTIVENESS OF SOLID WASTE
MANAGEMENT OF LOCAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATIONS CASE STUDY
OF LOCAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATIONS IN PHETCHABUN PROVINCE

ชินโชติ โสภณชนพัทธ์²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของอู่ซ่อมรถ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาความพอใจของอู่ซ่อมรถ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการกับความพอใจของอู่ซ่อมรถ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้ายใช้บริการอู่ซ่อมรถ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่อู่ซ่อมรถ ตำบลวัดป่า, อู่ซ่อมรถ ตำบลหนองไขว่, อู่ซ่อมรถ ตำบลหล่มสัก ทั้งหมด 3 อู่ จำนวน 150 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความพอใจของผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้วิเคราะห์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (multiple regression)

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว อาจกล่าวได้ว่าผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ให้ข้อมูลนั้นเป็นกลุ่มวัยทำงาน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นกลุ่มคนที่มีธุรกิจเป็นของตัวเอง คุณภาพการให้บริการและความพอใจของผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพอใจของอู่ซ่อมรถ พบว่า คุณภาพการให้บริการทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความพอใจของผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูง โดยที่คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพอใจของผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์มากที่สุด ได้แก่ ด้านการบริการที่เป็นธรรม ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจของผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถ

ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

² นักศึกษาระดับปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโทหลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ

สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This research study Objectives 1) to study the service quality of garages in Lom Sak district Phetchabun Province 2) to study satisfaction of garages in Lom Sak district Phetchabun Province 3) to study the relationship of service quality and garage satisfaction. in Lom Sak district Phetchabun Province The sample group used in this study was customers who used a garage service. in Lom Sak district Phetchabun Province, consisting of 3 garages in Wat Pa Sub-district, Nong Khai Sub-district garages, and Lom Sak Sub-district garages, total of 150 people, and questionnaires were used as a tool to collect data. The statistics used in the analysis were percentage, mean, standard deviation. and to test the relationship between service quality and satisfaction of garage service users. in Lom Sak district Phetchabun Province were analyzed using simple correlation statistics (Pearson Correlation) and analysis of multiple regression equations (multiple regression).

The results showed that most of the samples were males aged between 41-50 years old. Most of them have a bachelor's degree. Have a career in own business It could be said that most of the respondents who provided information were working people. mostly male is a group of people who have their own business Service quality and customer satisfaction of garage service users in Lom Sak district Phetchabun Province Overall, it was at the highest level. As for the test results of the relationship between service quality and garage satisfaction, it was found that all aspects of service quality correlated with satisfaction of most garage service users at a high level. The quality of service that affects the satisfaction of the garage service users. in Lom Sak district Phetchabun province the most, namely fair service. in terms of providing adequate services and progressive service Statistically significant at the 0.05 level.

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการพัฒนาเส้นทางคมนาคมเพิ่มขึ้น รถยนต์และรถบรรทุกเป็นหนึ่งในพาหนะที่มีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นเพื่อรองรับอุตสาหกรรมที่ขยายเพิ่มขึ้นและความประสงค์ของมนุษย์ ธุรกิจการบำรุงรักษารถยนต์เป็นสิ่งที่สามารถสนองตอบความประสงค์ของผู้ใช้รถ เนื่องจากรถยนต์มีอายุการใช้งานมีการเสื่อมสภาพ หรือจากการเกิดอุบัติเหตุ ดังนั้นผู้ใช้รถยนต์จึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงการซ่อมแซมได้ แต่ผู้ใช้รถยนต์เองยังสามารถเลือกที่จะซ่อมบำรุงได้อย่างคุ้มค่าส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้รถยนต์ไม่ได้มีความรู้เกี่ยวข้องกับทางด้านเครื่องยนต์กลไกมากเท่าไร การดูแลรักษาให้รถยนต์พร้อมสำหรับการใช้งานนั้น จึงจำเป็นที่ต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญที่

เชี่ยวชาญทางด้านเครื่องยนต์โดยเฉพาะเพื่อยืดอายุการใช้งานออกไปไม่ว่าจะเป็นการดูแล หรือการซ่อมบำรุงแก้ไขระบบเครื่องยนต์ ระบบช่วงล่าง เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัย

จากปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นและข้อข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนรถที่ไม่ได้กำหนดข้อบังคับในการจดทะเบียนรถ ซึ่งทำให้ผู้ที่มีความรู้ทางด้านช่างสามารถเปิดให้บริการกับธุรกิจรถยนต์ได้อย่างอิสระ จึงทำให้ปัจจุบันธุรกิจรถยนต์มีการแข่งขันกันอย่างสูง โดยข้อมูลจากสำนักส่งเสริมและพัฒนา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2562) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจรถยนต์นั้น คือ จำนวนรถยนต์ที่มีการจดทะเบียนใหม่และปริมาณรถยนต์สะสมในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งศูนย์บริการมาตรฐานรถยนต์และรถยนต์ต่างๆไปมีลักษณะการดำเนินงานที่ต่างกันออกไป โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการสนองตอบความประสงค์ของลูกค้าแต่ละประเภทที่มีลักษณะความประสงค์ที่ต่างกัน เช่น ความประสงค์ที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม ความสบายสบายของพื้นที่อาคารที่ให้บริการ ความรวดเร็วในการจัดบริการของรถยนต์ หรือความเชี่ยวชาญสิ่งที่เคยพบมาของเจ้าหน้าที่ เป็นต้น

ส่วนการใช้บริการจากรถยนต์ทั่วไปผู้ได้รับบริการจะมีทางเลือกโดยไม่จำเป็นต้องใช้อะไหล่แท้เท่านั้น แต่รถยนต์มีบริการอะไหล่สำหรับรถที่มีราคาดีและมีคุณภาพให้ลูกค้าเลือกซื้อได้ และมีช่างที่มีฝีมือและรู้จุดว่ารถนั้นบกพร่องส่วนไหนจึงสามารถที่จะซ่อมได้ นอกจากนี้รถบางรุ่นที่ไม่สามารถหาอะไหล่ หรือหาได้ค่อนข้างยาก หากนำรถเข้าศูนย์บริการมาตรฐานรถยนต์แบบมาตรฐานจะใช้เวลานานและมีราคาค่าใช้จ่ายมาก ในขณะที่เดียวกันรถยนต์สามารถหาอะไหล่ทดแทนได้ดีกว่าอีกด้วย

ดังนั้นปัจจัยที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยทราบว่าความพอใจของผู้มาใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เมื่อลูกค้ารู้สึกมีความสุขหลังใช้บริการ รถยนต์นั้นก็ถือว่าได้รับความสำเร็จอย่างมาก และอาจกลับมาใช้บริการอีกครั้งก็เป็นได้

คำถามในการวิจัย

คุณภาพที่ได้จากการบริการมีความสอดคล้องสัมพันธ์ต่อความพอใจของผู้ใช้บริการของรถยนต์ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือไม่ มีมากน้อยเพียงใด อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

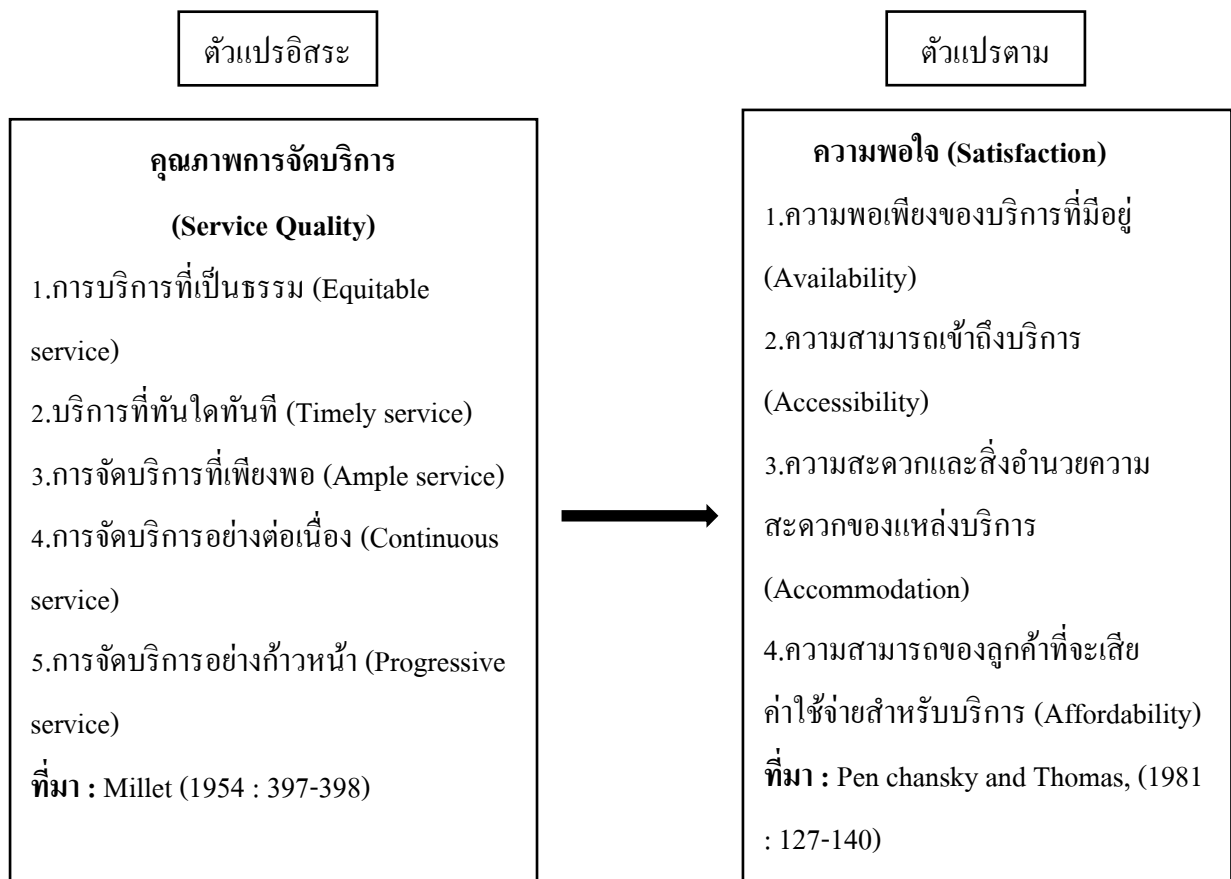
1. เพื่อศึกษาคุณภาพที่ได้จากการบริการของรถยนต์ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาความพอใจของรถยนต์ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์
3. เพื่อศึกษาความสอดคล้องสัมพันธ์ของคุณภาพที่ได้จากการบริการกับความพอใจของรถยนต์ ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจของผู้ใช้บริการรถเช่าในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัด เพชรบูรณ์ ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนว ความคิด ทฤษฎี เอกสาร และผลงานการศึกษาที่เกี่ยวข้องมาเป็น แนวทางการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพในการจัดบริการ
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพอใจ
3. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของรถเช่า
4. วิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจของผู้ใช้บริการอุ้งช่อมรดในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัด เพชรบูรณ์ มีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ ลูกค้ายูได้รับบริการอุ้งช่อมรด ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งประกอบไปด้วย อุ้งช่อมรดบริษัทประกันภัย 11 อุ้ง ที่เหลืออุ้งช่อมรดขนาดกลาง-ขนาดใหญ่อีก 79 อุ้ง รวมอุ้งช่อมรดทั้งหมด 90 อุ้ง มีลูกค้ายรวมสุทธิทั้งหมด 48,560 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้ายูที่ได้รับบริการอุ้งช่อมรดในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ คัดเลือกโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1970) กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ด้วยค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 เมื่อแทนค่าในสูตรของ Taro Yamane แล้วได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 99 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

1) คุณภาพที่ได้จากการบริการ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน

- 1.1) ด้านการบริการที่เป็นธรรมชาติ
- 1.2) ด้านบริการที่ทันใดทันที
- 1.3) ด้านการจัดบริการที่พอเพียง
- 1.4) ด้านการจัดบริการอย่างต่อเนื่อง
- 1.5) ด้านการจัดบริการอย่างก้าวหน้า

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

1) ความพอใจของผู้ได้รับบริการ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน

- 1.1) ด้านความพอใจเพียงของการบริการที่มีอยู่
- 1.2) ด้านความสามารถเข้าถึงบริการ
- 1.3) ด้านความสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ
- 1.4) ความสามารถของลูกค้ายูที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง นำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถามให้เหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว จำนวน 17 ข้อ

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการ เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับแรงจูงใจภายในของบุคลากร โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความพอใจของลูกค้า เป็นแบบสอบถามปลายปิดที่วัดระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมหรืออื่น ๆ ที่สามารถเพิ่มความพอใจให้ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 แต่ละข้อคำถาม ได้ออกแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert's Scale

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

4.1 ความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เป็นการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แนวคิด สำนวนภาษา และการใช้ข้อความที่ถูกต้องเหมาะสม ผู้วิจัยได้ทำการปรึกษาและสอบถามความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวกับคำถามแต่ละข้อ หลังจากนั้นจึงทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้เหมาะสม ก่อนนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือกับกลุ่มทดสอบ

4.2 ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (try - out) กับคนที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อตรวจสอบความเข้าใจของผู้ตอบที่มีต่อคำถาม ลำดับของคำถาม ความแม่นยำถูกต้องของคำถาม แล้วนำมาแก้ไขข้อบกพร่องก่อนออกเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยประเมินจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha, อ้างถึงบุญเรียง, 2543, หน้า 58 - 60) โดยคำถามที่มีค่า Cronbach's Coefficient Alpha ต่ำกว่า 0.6 จะถูกตัดทิ้ง ผลการทดสอบ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.983 หรือมีค่าความไว้วางใจเชื่อถือ ที่ยอมรับได้ ร้อยละ 95% ซึ่งอยู่ในข้อกำหนดที่เชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงได้ นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามคุณภาพในการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ	CRONBACH'S ALPHA	N OF ITEMS
1. ด้านการบริการที่เป็นธรรม	.982	5
2. ด้านการจัดบริการอย่างทันเวลา	.983	5
3. ด้านการจัดบริการที่พอเพียง	.983	5
4. ด้านการจัดบริการอย่างต่อเนื่อง	.982	5
5. ด้านการจัดบริการอย่างก้าวหน้า	.982	5

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพอใจ	CRONBACH'S ALPHA	N OF ITEMS
1. ด้านความพอเพียงของบริการที่มีอยู่	.982	5
2. ด้านความสามารถเข้าถึงบริการ	.982	5
3. ด้านความสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ	.982	5

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพในการเก็บข้อมูล โดยทำการแจกแบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูลมี จำนวน 150 คน ซึ่งจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

5.1 ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษา โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าที่ใช้บริการในอุโมงค์มรดก ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

5.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบประเมินชุดจริงที่ได้ตรวจสอบคุณภาพแล้วให้แก่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับนำมาวิเคราะห์ต่อไป

5.3 ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และนำคะแนนที่ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบและมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistics Package for Social Sciences) เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1) วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

1.1) การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ และร้อยละ

1.2) วิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.3) วิเคราะห์ระดับความพอใจ ทั้ง 4 ด้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.4) วิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยวิเคราะห์เนื้อหา แล้วนำมาแจกแจงความถี่

การวัดระดับตัวแปรพิจารณาจากค่าเฉลี่ยคะแนนผู้ตอบแบบประเมิน แล้วนำค่าเฉลี่ยดังกล่าวมาแปลผลกับระดับของคะแนนที่ได้จากการหาจำนวนชั้นที่เท่าๆกัน โดยการนำค่าคะแนนคำถามที่สูงที่สุดในแบบประเมินลบกับค่าคะแนนที่น้อยที่สุดในแบบประเมิน และนำมาหารด้วยจำนวนชั้น จากนั้นแบ่งกลุ่มออกเป็น 5 กลุ่ม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 จัดอยู่ในกลุ่มระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 จัดอยู่ในกลุ่มระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 จัดอยู่ในกลุ่มระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 จัดอยู่ในกลุ่มระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 จัดอยู่ในกลุ่มระดับน้อยที่สุด

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ประกอบด้วย

2.1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม เพื่ออธิบายความสอดคล้องสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และเพื่อพยากรณ์ถึงคุณภาพที่ได้จากการบริการส่งผลต่อความพอใจทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (pearson Product – Moment Correlation Coefficient) เพื่อแสดงความสอดคล้องสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการทดสอบเพื่อวัดระดับความสอดคล้องสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย มีข้อกำหนดการประเมินค่าความสอดคล้องสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย มีดังนี้

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

ระดับความสอดคล้องสัมพันธ์

0.100 – 0.200	ต่ำมาก
0.201 – 0.400	ต่ำ
0.401 – 0.600	ปานกลาง
0.601 – 0.800	สูง
0.801 – 0.999	สูงมาก

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจของผู้ใช้บริการรถซ่อมรถในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จากจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 และเพศหญิง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 อายุส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.0 มีอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.7 และมีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 มีการศึกษาในระดับปวส. / อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 25.3 มีการศึกษาระดับน้อยกว่าอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 16.7 และมีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมา มีอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.0 มี

อาชีพเป็นผู้ปฏิบัติงานบริการบริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.0 และมีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพที่ได้จากการบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับ คือ การจัดบริการที่พอเพียง (ample service) มีความเห็นอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.444 ลำดับถัดมาคือการบริการที่เป็นธรรมชาติ มีความเห็นอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.402 การจัดบริการอย่างก้าวหน้า มีความเห็นอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.372 และด้านเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจัดบริการอย่างทันเวลา และการจัดบริการอย่างต่อเนื่อง มีความเห็นอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.459 , 0.488 โดยเรียงลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับ คือ ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ มีความเห็นอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.468 ลำดับถัดมา คือความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ มีความเห็นอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.514 ความสามารถเข้าถึงบริการ มีความเห็นอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.475 และด้านเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ มีความเห็นอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.478 โดยเรียงลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพที่ได้จากการบริการมีอิทธิพลต่อความพอใจของผู้ใช้บริการ อยู่ช่อมรด ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ สรุปผลได้ว่า คุณภาพที่ได้จากการบริการมีอิทธิพลต่อความพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ช่อมรด ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการบริการที่เป็นธรรมชาติ ด้านการจัดบริการที่พอเพียง และด้านการจัดบริการอย่างก้าวหน้า

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพที่ได้จากการบริการกับความพอใจของผู้ใช้บริการของอยู่ช่อมรด ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. คุณภาพที่ได้จากการบริการ มีนโยบายการอบรมผู้ปฏิบัติงานบริการ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานบริการมีคุณภาพที่ได้จากการบริการที่ดียิ่งขึ้น ติดตามข้อมูลผู้ให้บริการหลังการซ่อมเสร็จ การแสดงท่าทางที่แสดงออกของผู้ปฏิบัติงานบริการที่ต้องให้การบริการจะต้องสนองตอบความประสงค์ของลูกค้าผู้มาใช้

บริการ ดังนั้นเมื่อลูกค้าผู้มาใช้บริการมีปัญหาหรือข้อร้องเรียนใดๆ ผู้ปฏิบัติงานบริการผู้จัดให้บริการจะต้องแสดงความสนใจรับฟังปัญหาเป็นเบื้องต้น

2. ความพอใจของผู้ได้รับบริการของอู่ซ่อมรถ อู่ซ่อมรถใดสามารถให้ความพอใจตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นได้ ย่อมทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกว่ามีคุณภาพและมีการตั้งใจที่จะชักชวนคนรู้จักมาใช้บริการเพิ่มได้อีก ดังนั้นอู่ซ่อมรถมีนโยบายควรส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความพอใจตามที่กล่าวมา

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในทุกภาคส่วน ในอนาคตจึงควรทำการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพที่ได้จากการบริการในกลุ่มอู่ซ่อมรถต่างๆ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา คุณภาพที่ได้จากการบริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิผล และประสิทธิผล รวมถึงนำผลการวิจัยมาประเมินเป็นแนวทางในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในหน่วยงานองค์กรต่างๆ และประเด็นสุดท้ายสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นประโยชน์ทางการศึกษา

บรรณานุกรม

การจัดบริการลูกค้าของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาสมุทรสาคร สืบค้นจาก [http://www.research-](http://www.research-system.siam.edu/images/coop/Services_of_Krungthai_bank_Smutsakhon_branch/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%972.pdf)

[system.siam.edu/images/coop/Services_of_Krungthai_bank_Smutsakhon_branch/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%972.pdf](http://www.research-system.siam.edu/images/coop/Services_of_Krungthai_bank_Smutsakhon_branch/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%972.pdf)

จิตตินันท์ เศษะคุปต์. (2539). **เจตคติและความพอใจในการบริการ**. ในจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8 -15.

(พิมพ์ครั้งที่ 2). หน้า 80 -95. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นิตยาพร เสมอใจ. (2547). **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). **การตลาดบริหาร**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น. _____ . (2549). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ฉิรนุช นรินทร. (2557). **ความพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูโรงเรียนศรีเมือง สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1**. งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

เทพศักดิ์ บุญรัตพันธ์. (2536). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติ:**

กรณีศึกษาสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรดุษฎีบัณฑิต, สาขาการบริหารการพัฒนา, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

นันทา เล็กสวัสดิ์ และคณะ. (2531). **ความพอใจของผู้ป่วยต่อบริการพยาบาลของโรงพยาบาลมหาราชนคร**

เชียงใหม่. Patients satisfaction toward nursing service of maharajnakorn chiangmai hospital/ นันทา เล็กสวัสดิ์...[และคนอื่นๆ]. คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญมัน ธนาสุภวัฒน์. (2537). **จิตวิทยาองค์กร**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนส โตร์.

- พิทักษ์ ตรีษิต. (2538). ความพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการจัดบริการของ
กรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานเขตยานนาวา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. (2547). คู่มือปฏิบัติ...วิธีวัดความพอใจของลูกค้า. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ชรรคมล.
มณีวรรณ ตันไทย. (2533). การแสดงท่าทางการจัดบริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงาน
คณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนที่มาติดต่อ. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เลื่อมใส ใจแจ้ง. (2546). สมาคมสันติบาตรเทศบาลแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: บพิศการพิมพ์.
- วรรณช บวรนนท์เดช. (2546). ความพอใจของประชาชนต่อการบริการของหน่วยบริการปฐมภูมิ เขตหนอง
จอกกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- วรุณี ภาชนนท์. (2551). ความพอใจของผู้ปกครองต่อการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัด องค์การ
บริหารส่วนตำบลในอำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์ปริญญา ครุศาสตร มหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- วีระพงษ์ เถลิ้มจิระรัตน์. (2542). คุณภาพในงานบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ประชาชน จำกัด
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538) การแสดงท่าทางผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : บริษัท วลีที
พัฒนา จำกัด.
- สมิต สัจฉกร. (2542). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: วิญญูชน จำกัด.
- สุนันทา ทวีผล. (2550). ความพอใจของประชาชนที่มีต่อการจัดบริการด้านให้คำปรึกษา แนะนำปัญหาด้าน
ข้อกฎหมายของสำนักงานอัยการพิเศษฝ่ายช่วยเหลือทางข้อกฎหมาย 3 (สคช.). ปัญหาพิเศษรัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัย
บูรพา.
- อนุวัฒน์ ศุภชติกุล และคณะ. (2541). การพัฒนาคุณภาพบริการโรงพยาบาล, กรุงเทพฯ: โครงการ
สำนักพิมพ์สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- Applewhite, P. B. (1965). **Organization Behavior Englewook Cliffs.** New York: Prentice Hall
- Barry. (1986). **Moral issues in business.** Belmont, California: Wadsworth.
- Davis, K. (1967). **Human relation at Work.** New York: McGraw-Hill Co.
- Millet. (1954). **Management in the Public Service.** The quest for effective performance. New York:
McGraw-Hill Book.
- Morse, N.C. (1953). **Satisfaction in White Collar Job.** Michigan : University of Michigan Press.

Pen, C. R. & Thomas, W. J. (1981). **The concept of Acuss defition and relationship to consumer satisfaction.** Medical Came. 19(2), 72-127.

Shelly, M. W. (1975). **Responding to Social Change.** Pennsylvania: Dowden Huntchisam Press. Inc.

Strauss, G & Sayles, L. R. (1960). **Personal the Human Problems of Management.** New Jersey: Prentice-Hall

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