

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า
บริษัท พิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน**

**The Factors Affecting to Service Quality of
Pingkanakorn Sales and Service Co., Ltd. Airport Branch's Customer.**

กัทลี สงค์พรมราช

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท พิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท พิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน และ (2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท พิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นประชากรผู้ที่ใช้บริการบริษัท พิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน จำนวน 400 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท พิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน ผลการวิจัยพบว่า (1)กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 252 คน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 บาท – 20,000 บาท จำนวนครั้งที่มาใช้บริการเฉลี่ยต่อปี 1 - 2 ครั้ง และ ระยะเวลาใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง 2 – 3 ชั่วโมง (2)ปัจจัยการบริการแก่ลูกค้า บริษัท พิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3)คุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (4)ความสัมพันธ์ของปัจจัยการบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า โดยรวมมีความสัมพันธ์ระดับน้อยในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

คำสำคัญ: คุณภาพ, การให้บริการ, บริษัท พิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด

Abstract

The objective of “ The factors affecting to service quality of Pingkanakorn sales and service Co., Ltd. Airport branch’s customer.” research (1) Study the factors affecting to service quality of Pingkanakorn sales and service Co., Ltd. Airport branch’s customer. (2) Study the service quality level of Pingkanakorn sales and service Co., Ltd. Airport branch. The sample of this research are 400 Pingkanakorn sales and service Co., Ltd. Airport branch’s customers with accidental sapling. The researcher used the factors affecting to service quality of Pingkanakorn sales and service Co., Ltd. Airport branch questionnaire to collect the data. The result of this research finding: (1) The most of sample 252 are female 31-40 years old, graduate bachelor’s degree, 10,000 – 20,000 Baht income per month, contact with us by 1-2 time for a year and spend the time 2 – 3 hours for a time. (2) The most reviews on customer service factor of Pingkanakorn sales and service Co., Ltd. Airport branch is “High” (3) The service quality level at overview is “High” (4) The relation of service quality factor affecting to service quality level at overview is less positive relation with statistically significant at .01 level.

Keywords: Quality, Service, Pingkanakorn Sales and Service Co., Ltd. Airport Branch

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้จะเห็นได้ว่าการแข่งขันของธุรกิจจำนวนมากและมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้รูปแบบการให้บริการลูกค้ามีการนำเอาเทคนิคและเครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากขึ้น โดยเน้นความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งปัจจัยที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ คือ คุณภาพการบริการ (service quality) (วัชรารักษ์ สุริยาภิวัฒน์, 2546, หน้า 9) ซึ่งขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการหรือ ผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคนั้นเป็นผลมาจาก ความต้องการของผู้รับบริการและประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา มา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่วนการรับรู้ข่าวสารของผู้รับบริการ เป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริง ดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวัง ถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ (พรธณิดา ขุนทรง, 2557)

บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน เป็นศูนย์บริการและจำหน่ายรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า โดยมีการให้บริการด้านงานซ่อมบำรุง งานซ่อมตัวถังและสีและบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง การปฏิบัติเป็นไปตามมาตรฐานกำหนดของบริษัท ฮอนด้าอโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด แต่ถึงจะมีมาตรฐานกำหนดในการปฏิบัติงาน แต่การให้บริการแก่ลูกค้ายังไม่เป็นที่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร จากความคิดเห็นของลูกค้า ยังพบว่าการให้บริการที่ลูกค้าไม่พึงพอใจเกิดขึ้นเช่น ระยะเวลาในการรอคอยการให้บริการใช้เวลานาน พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าไม่ทั่วถึง พนักงานไม่สามารถตอบคำถามหรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้ส่งผลถึงความเชื่อถือนด้านการบริการของบริษัทอย่างมาก ซึ่งการประเมินคุณภาพโดยการหาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการเป็นการหาสาเหตุของปัญหาที่แท้จริง และทำให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการในศูนย์บริการ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจ ผู้ประกอบการ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือหน่วยงานธุรกิจที่สามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ การวางแผน และการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน

สมมติฐานการวิจัย

ลูกค้าที่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการต่างกันจะส่งผลต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบินต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ประกอบด้วยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่ใช้บริการ บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า และ ระดับคุณภาพการให้บริการเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้เป็นประชากรผู้ที่ใช้บริการบริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตร ไม่สามารถทราบขนาดของตัวอย่างของ W.G.Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 385 คน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือที่ร้อยละ 95 ผู้วิจัยจึงเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยที่ 400 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา กำหนดระยะเวลาการเก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562

ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) อาชีพ (5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (6) ข้อมูลการเข้ามาใช้บริการ ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่ (1) ลักษณะของรูปแบบการบริการ (2) ความน่าเชื่อถือของบริการ (3) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ (5) ความเอาใจใส่ต่อผู้ให้บริการ ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของ บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

สุวรรณี ดวงแก้ว (2555) อธิบายไว้ว่าคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึงระดับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือได้และไว้วางใจ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ

เครื่องมือสำหรับใช้วัดคุณภาพในการให้บริการได้ถูกสร้างขึ้นโดย Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990 P. 25-26) ประกอบด้วย 5 มิติหลัก มิติที่ 1 สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ (Tangibles) มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) มิติที่ 3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มิติที่ 4 การสร้างความมั่นใจ (Assurance) มิติที่ 5 การเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ (Empathy)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การบริการคือ การกระทำใด ๆ หรือการปฏิบัติอันแสดงออกในรูปแบบของความสะดวกสบาย ที่สามารถทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความประทับใจ มีความสุขกับการกระทำของผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นการกระทำที่สนองตอบต่อความต้องการ เกิดความพึงพอใจของทั้งผู้ให้และผู้รับ ให้ตรงกันมากที่สุด ซึ่งเป็นกระทำที่ไม่สามารถสัมผัสได้และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มาใช้บริการนั้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Vroom (อ้างถึงใน อนุพงษ์ เครื่องงาม, 2557, หน้า 35) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะคำสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลได้เข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น ๆ ส่วนทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

คุณทลี รื่นรมย์ และคณะ (2548, หน้า 98-99) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการได้รับการบริการ ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคนๆนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือการได้รับการบริการนั้นต่ำกว่าค่าความคาดหวัง บุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พอใจ โดยที่ความพึงพอใจ = ความคาดหวัง / ผลลัพธ์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการประเมินค่า ซึ่งจะเห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรรณณิดา ขุนทรง (2557) จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ระดับปัจจัยการบริหารองค์การของ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

อนุพงษ์ เครื่องงาม (2557) ศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ในประเทศไทย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้าและอิทธิพลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

ขวัญฤทัย สุริยงค์ (2552) คุณภาพการบริการของห้าง บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการบริการของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ในเขตจังหวัดนนทบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณพล ธนาวัชรากุล (2553) จากการศึกษาคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคลผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีความคาดหวังต่อการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง 2. ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีการรับรู้ต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครในภาพรวมอยู่ในระดับสูง 3. ความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร เกิดความแตกต่างกันในทุกคนโดยผู้ให้บริการมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในการบริการ

สุดาทิพย์ สุธะหล้า (2555) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) สาขาจังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากและไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการในภาพรวมและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการในภาพรวมและด้านการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ฟิงคนครเซล แอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ใช้บริการบริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตร ไม่สามารถทราบขนาดของตัวอย่างของ W.G.Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 385 คน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือที่ร้อยละ 95 ผู้วิจัยจึงเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยที่ 400 คน แล้วสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วมาทำการสรุปข้อมูลแล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 251 คน (ร้อยละ 62.75) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 148 คน (ร้อยละ 37.00) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 252 คน (ร้อยละ 63.00) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 207 คน (ร้อยละ 51.75) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 บาท – 20,000 บาท จำนวน 156 คน (ร้อยละ 39.00) จำนวนครั้งที่มาใช้บริการเฉลี่ยต่อปี 1 - 2 ครั้ง จำนวน 183 คน (ร้อยละ 45.75) และ ระยะเวลาใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง 2 – 3 ชั่วโมง จำนวน 187 คน (ร้อยละ 46.75)
2. ปัจจัยการบริการแก่ลูกค้า บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน
3. คุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก
4. ความสัมพันธ์ของปัจจัยการบริการที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าของ บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน โดยรวม มีความสัมพันธ์ระดับน้อยในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน มากที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้ให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ และด้านลักษณะของรูปธรรมการบริการตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ความเป็นมืออาชีพและทักษะในการให้บริการ เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้ารับรู้คุณภาพที่ดีได้ เมื่อผู้ให้บริการมีความรู้ ทักษะในการแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ (Gronroos, 1990) นอกจากนี้ปัจจัยการบริการแก่ลูกค้าเป็นปัจจัยที่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ อุไร ศิวะระหว่า (2554, บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One stop service : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า ปัจจัยการให้บริการด้านบุคคลากรหรือผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับอนุสรณ์ พุทธิระพิพรรณ (2556, หน้า 23) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการขอสำนักงานที่ดินจังหวัดนครราชสีมา สาขาปากช่องพบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญในการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

2. 2. คุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบินมากที่สุดคือ การยอมรับนับถือ รองลงมาคือ การประกันคุณภาพ ระบบเทคโนโลยี และ ความพึงพอใจและประทับใจตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลูกค้ายอมรับในมาตรฐานของสินค้าว่ามีระดับที่ยอมรับได้และยอมรับว่า บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน จะส่งมอบเฉพาะสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสินค้าให้แก่ลูกค้าเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ สุวรรณี ดวงแก้ว (2555, หน้า 65) ศึกษาคุณภาพการให้บริการด้านการขอประกันตัวผู้ต้องหาในคดีอาญาของสำนักงานอัยการจังหวัดอุบลราชธานีพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับมาก คือ มีความพร้อมในการให้บริการ พนักงานเต็มใจให้บริการ พนักงานใช้วาจาสุภาพอ่อนน้อมต่อการให้บริการ และเข้าใจความต้องการขอผู้ให้บริการ

3. ความสัมพันธ์ของปัจจัยการบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าของ บริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบิน โดยรวม มีความสัมพันธ์ระดับน้อยในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ อนุพงษ์ เครืองาม

(2557, หน้า 218) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัท ซูเปอร์เซ็นเตอร์ในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ สุดาทิพย์ สุดหล้า (2555, บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการของบริษัท แอควานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) สาขาจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า การให้บริการส่งผลต่อคุณภาพการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ ด้านการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ลักษณะของรูปธรรมการบริการ ลูกค้าบริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบินเห็นว่า ควรจัดป้ายโฆษณาและศูนย์บริการให้ตั้งอยู่ในบริเวณที่มองเห็นชัดเจน และควรจัดตกแต่งสถานที่ภายในและภายนอกมีความสวยงาม
2. ความน่าเชื่อถือของการบริการ ลูกค้าบริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบินเห็นว่า ควรฝึกอบรมพนักงานเป็นประจำและพัฒนาความรู้อยู่เสมอให้เกิดความเชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลคำอธิบายและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือและกลับมาใช้บริการในโอกาสต่อไป
3. การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ลูกค้าบริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบินเห็นว่า ความไม่กระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้าของพนักงาน เกิดจากความเหนื่อยล้าของพนักงานที่ให้บริการลูกค้าจำนวนมากต่อวัน ควรแบ่งช่วงเวลาในการพักผ่อนจะช่วยให้พนักงานลดความเหนื่อยล้าและความเครียดลงได้
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ พนักงานควรอธิบายเกี่ยวกับการบำรุงรักษารถยนต์เบื้องต้นที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์ให้แก่ลูกค้า และพนักงานควรแนะนำการตรวจสอบความปลอดภัยก่อนการขับรถเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
5. ความเอาใจใส่ต่อผู้ให้บริการ ลูกค้าบริษัท ฟิงคนครเซลแอนด์เซอร์วิส จำกัด สาขาสี่แยกสนามบินเห็นว่า พนักงานควรปฏิบัติงานด้วยความสม่ำเสมอไม่ว่าจะมาถึงครั้งความรู้สึกลูกค้าของผู้ให้บริการที่ได้กลับไปก็ยิ่งเหมือนเดิม

เอกสารอ้างอิง

- คุณทลี รื่นรมย์ เพลินพิศ โกเมศโสภา และสาวิกา อุนหนันท์. (2548). *การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น*. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ขวัญฤทัย สุริยงค์. (2552). *คุณภาพการบริการของห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ในจังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมราช
- ณพล ธนาวัชรากุล. (2553). *คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ทศพร ไทยวัฒนธรรม. (2559). *ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการบริการของแผนกฉุกเฉิน โรงพยาบาลบ้านแพ้ว*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) สาขารัฐศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อุตฺตยา. (2557). *การตลาดบริการ:แนวคิดและกลยุทธ์ 1*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิพนธ์ เจริญสิทธิพันธ์. (2556). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการ ของสถานีบริการน้ำมัน ปตท.:กรณีศึกษาสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอ ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ปรัชญา เวสารัชช. (2540). *บริการประชาชนทำได้ไม่ยาก (ถ้าอยากทำ)*. กรุงเทพฯ: กราฟิฟออร์เมท
- พรณิดา ขุนทรง. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ โรงพยาบาลบ้านแพ้วองค์การมหาชน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศลกุล. (2562). *การบริการอย่างมีคุณภาพ Service Quality*, สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/161-servicequality.html>
- วัชรารณณ์ สุริยาวิวัฒน์. (2546). *วิจัยธุรกิจยุคใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วุฒิชัย เนื้อน้า. (2554). *คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอกันทรารมย์จังหวัดศรีสะเกษ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สมิต สัตยงกร. (2548). *ศิลปะการให้บริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ วิญญูชน

- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนา
คุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการ
การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สุชุม นวลสกุล. (2538). *ทำงานให้ดีขึ้นต้องมีหัวใจบริการ*. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเวช
กรรมสังคม. อุดรธานี
- สุดาทิพย์ สุธล้า. (2555). *คุณภาพการให้บริการของ บริษัท แอควานซ์ อินโฟรเซอร์วิส จำกัด
(มหาชน) สาขาจังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- สุวรรณี ดวงแก้ว. (2555). *คุณภาพการให้บริการด้านการขอประกันตัวผู้ต้องหาในคดีอาญาของ
สำนักงานอัยการจังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- อัญริยา เอกสุข. (2555). *คุณภาพการให้บริการของ บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด ในเขต
จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี
- อนุพงษ์ เกรืองาม. (2557). *คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าซูเปอร์เซ็นเตอร์ใน
ประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต
- อนุสรณ์ พุทธิระพิพรรณ. (2556). *การศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการขอสำนักงานที่ดิน จังหวัด
นครราชสีมา สาขาปากช่อง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
ราชภัฏนครราชสีมา
- อิสระ ศรีพันธุ์. (2554). *คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สาขาอำเภอเขื่องใน
จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี
- อุไร ดวงระหว้า. (2554). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop
Service : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- Berry, L.L.; Parasuraman, A.; & Zeithaml, V.A. (1994). *Improved service quality in America
: Lessons lamed*. Academy of Management Executive.
- Gronroos, Christian. (1990). *Service Management and Marketing*. Lexington, MA : Lexington
Books.

Lovelock, C. H. (1996). *Service Marketing*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L.L. (1988). *SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*.

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

Tenner, A.R., and Detoro. I.J., (1992). *Total Quality Management: Three Steps to Continuous Improvement*. Mass: Addison-wesley.