

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรถเช่าของ
บริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช
Factors Affecting Customer Satisfaction with the Quality
of Car Rental Service of Kornkraek Company Limited

ธนัท ศรีวรพันธุ์¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรที่ทำการศึกษาคือผู้ที่เคยใช้บริการบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จำนวน 400 คน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-45 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุดในขณะที่ปัจจัยด้านสถานภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการติดต่อและจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดในขณะที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการในการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช ของกลุ่มตัวอย่าง

คำสำคัญ: บริษัท กรกกล้าเอก จำกัด, การบริการรถเช่า, ความพึงพอใจ

¹ ธนัท ศรีวรพันธุ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

The research results were found that Demographic characteristics, gender, age, educational level, occupation and mean monthly income. Different factors affect the satisfaction of the service is not different. It was found that most of the sample were male. Age between 31-45 years old, single status, educational level Bachelor's degree or equivalent Have a career in government service / employees of state enterprises And the average monthly income between 20,001-30,000 baht had the highest level of service satisfaction while the status factor Affect the satisfaction of the service users, Kornkraek Company Limited.

Regarding the factors affecting customer satisfaction on the quality of car rental service of Kornkraek Company Limited, Nakhon Si Thammarat Province They are listed in descending order of influence on satisfaction, namely contact and distribution channels. And promotion aspects, while the product factor Price and value, personnel, physical characteristics and the service process did not influence the customer satisfaction on the car rental quality of Kornkraek Company Limited, Nakhon Si Thammarat Province.

Keywords: Kornkraek Company Limited, Car Rental Service, Satisfaction

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากการท่องเที่ยวในประเทศไทยเริ่มมีความนิยมเป็นอย่างมากทำให้จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากเป็นอันดับต้น ๆ ของภาคใต้ ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ มีการแข่งขันและเจริญเติบโตมากขึ้นซึ่งหนึ่งในนั้นเป็น “ธุรกิจรถเช่า”

ธุรกิจรถเช่าเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นมาใหม่โดยในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีรถเช่าจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นบริษัทขนาดเล็ก และบริษัทขนาดใหญ่หรือรวมไปถึงรถส่วนตัวที่นำมาปล่อยเช่าเนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมากมายที่เดินทางมาจังหวัดนครศรีธรรมราชทำให้ผู้คนหรือหน่วยงานบริการผันตัวมาเปิดให้บริการรถเช่าเป็นจำนวนมากจนเกิดปัญหาสถานการณ์การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการสูงขึ้นมากซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่ายขึ้น

ผู้วิจัยเล็งความต้องการที่จะศึกษาปัจจัยในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์วิธีการดำเนินงานปรับปรุงคุณภาพการบริการให้การเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าตามความคาดหวังและปัจจัยที่สำคัญของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจตลอดกาลสามารถรักษาลูกค้าไว้ และลูกค้าสามารถกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องอีกทั้งยังสามารถนำข้อมูล

ใช้ในการวางแผน การดำเนินงานด้านกลยุทธ์การใช้บริการอย่างมีคุณภาพซึ่งมีประโยชน์ต่อการดำเนินงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเช่ารถของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีผู้มาใช้บริการ จำนวน 3,650 คน และกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดของกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และ Morgan และกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random sampling) โดยใช้ตารางเลขสุ่ม ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ แนวคิดทฤษฎีของส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคาและความคุ้มค่า 3) ด้านช่องทางการติดต่อและจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการในการให้บริการ
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถ (เก๋ง) บริษัทกรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ 216/1 ถนนกระโรม ตำบลโพธิ์เสด็จ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษา 5) อาชีพ และ 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มี 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา และความคุ้มค่า 3) ด้านช่องทางการติดต่อและ

จัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการในการให้บริการ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ทำขึ้นเพื่อศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
 - 1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
 - 1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
 - 1.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจการเช่ารถยนต์
2. ความเป็นมาของบริษัทกรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. กรอบแนวความคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 รูปแบบที่นำมาใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามี ดังนี้

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือได้แก่ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเช่ารถของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีผู้มาใช้บริการ จำนวน 3,650 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเช่ารถของ บริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีผู้มาใช้ บริการ จำนวน 3,650 คน ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดของกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และ Morgan และกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random sampling) โดยใช้ตารางเลขสุ่ม ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนไว้ที่ 0.05

3.3 การสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่มีประสิทธิภาพที่จะสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์เพื่อตอบปัญหาการวิจัยได้เป็นอย่างดีจำเป็นต้องมีขั้นตอนที่เป็นระบบในการสร้างและทดสอบ โดยหลังจากสร้างเครื่องมือเสร็จแล้วจะต้องนำเครื่องมือไปทดลองใช้แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าดัชนีที่บ่งชี้คุณภาพของเครื่องมือ นั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร (สมชาย วรภิเกษมสกุล, 2553)

3.3.1 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อเสนอแนะแนวทางความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัทกรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นคำถามปลายเปิด

3.2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม 9 ขั้นตอน ตามลำดับ ดังนี้

3.2.2.1 การศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม และกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย

3.2.2.2 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) โดยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการสำรวจพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาใช้บริการเช่ารถ จากเอกสารวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาใช้บริการเช่ารถในจังหวัดนครศรีธรรมราช

3.2.2.3 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย

3.2.2.4 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง

3.2.2.5 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นพร้อมแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ทางด้านนี้ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทดสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา ความครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องในสำนวนภาษา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา

3.2.2.6 นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำมาดำเนินการทดลอง (Tryout) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย แต่ไม่ใช่ประชากรของการวิจัยนี้ จำนวน 30 ตัวอย่าง

3.2.2.7 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ทดสอบความความน่าเชื่อถือ

3.2.2.8 ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ

3.2.2.9 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.2.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังนี้

3.2.3.1 ความเที่ยงเชิงเนื้อหา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา และนำไปทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) รองศาสตราจารย์รังค์ บุญสวยขวัญ 2) นายวิชัย ศรีวรพันธุ์ และ 3) นางทัพพ์ ดิวนาถรณ์สานต์

3.2.3.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปลองใช้ (Try out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับประชากรที่ต้องการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถที่มีความต้องการที่จะใช้บริการรถยนต์เช่าในจังหวัดนครศรีธรรมราช จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows หาคความน่าเชื่อถือตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ที่ Nunnally (1978) ได้นำเสนอได้จากตารางที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

หัวข้อ	ค่าความเชื่อมั่น (α)
ด้านผลิตภัณฑ์	0.931
ด้านราคา และความคุ้มค่า	0.809
ด้านช่องทางการติดต่อและจัดจำหน่าย	0.847
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.914
ด้านบุคลากร	0.858
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.832
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	0.870
รวม	0.930

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแก่ผู้มาใช้บริการของบริษัทกรกกล้าเอก จำกัด จำนวน 400 คน โดยผ่านบริษัทที่ให้บริการรถยนต์เช่าจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ที่ใช้บริการเช่ารถของบริษัทกรกกล้าเอก จำกัด ในระหว่างรอการทำเอกสารต่าง ๆ และตรวจเช็คสภาพรถรอการตอบกลับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง โดยมีรายละเอียดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.4.1. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ บทความวิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ รวบรวมจากแบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้ที่ใช้บริการเช่ารถของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด โดยสามารถอธิบายขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บหรือรวบรวมข้อมูลและดำเนินการจัดระเบียบข้อมูลให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อยพร้อมที่จะนำไปวิเคราะห์ได้แล้ว งานในขั้นต่อไปของผู้วิจัย คือ การตัดสินใจว่าจะนำสถิติอะไรมาใช้ ซึ่งในการนี้ผู้วิจัยจะต้องทราบตั้งแต่แรกว่าข้อมูลที่มีอยู่ในลักษณะใดและต้องการเสนอผลการวิเคราะห์อะไร

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของการวิจัยในเชิงปริมาณ กล่าวคือผู้วิจัยได้นำโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์มาใช้สำหรับการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติต่าง ๆ ดังนี้ คือ

ขั้นตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ และได้นำเสนอเป็นตารางเพื่อประกอบการบรรยายผล

ขั้นตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย

ขั้นตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา ตลอดจนประเด็นสาระสำคัญ แล้วนำเสนอในรูปแบบของการเขียนจำแนกเป็นรายด้านและเขียนเป็นข้อ ๆ ที่กระชับให้อ่านเข้าใจง่าย

3.5.2 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้ว นำมาวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.2.1 สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.5.2.2 สถิติเชิงอนุมาน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง และทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราชแตกต่างกันตัวแปรอิสระ โดยการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยโดยใช้สถิติ t-test, F-test, LSD ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ทดสอบปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential statistical analysis) โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (MRA) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination: R^2) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผล และวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนตัวอย่าง ๆ ดังนี้

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็นเพศชาย มากกว่า เพศหญิง โดยเพศชายคิดเป็นร้อยละ 54.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.50 สถานภาพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือ

โสด คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่คือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 36.75 ของกลุ่มตัวอย่าง ขณะที่อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 34.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.00 ของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระและความพึงพอใจในการใช้บริการของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 และด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.09

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัด พบว่า การทดสอบสมมติฐานเพศต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ T-Test ด้วยวิธีIndependent Samples T-Test พบว่า ค่า Sig = 0.101 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น เพศต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดไม่แตกต่างกัน อายุต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ One- Way ANOVA พบว่า ค่า Sig = 0.678 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น อายุต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดไม่แตกต่างกัน สถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ One- Way ANOVA พบว่า ค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น สถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างคู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดที่มีสถานภาพต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกัน 1 คู่ คือ กลุ่มสมรส ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดน้อยกว่ากลุ่มหม้าย/หย่าร้าง ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ One- Way ANOVA พบว่า ค่า Sig = 0.080 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดไม่แตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัดแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ One- Way ANOVA พบว่า ค่า Sig = 0.073

ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรรล้าเอก จำกัด ไม่แตกต่างกัน

4.4 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท กรรล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการติดต่อและจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท กรรล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการให้บริการไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท กรรล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาดที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท กรรล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการติดต่อและจัดจำหน่าย (Beta = 0.823) มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท กรรล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.211)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.000 จากตารางสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวกของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท กรรล้าเอก จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคล สามารถอภิปรายได้ดังนี้ เพศต่างกัน พบว่าไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชินี เจริญพินิต และคณะ (2559) ได้ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคแอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่ผ่าน โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลให้มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่ผ่าน โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน อายุต่างกัน พบว่า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิภา รักษ์วงศ์ตระกูล (2560) พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเรียกรถโดยสาร Taxi ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน Grab ไม่ต่างกัน สถานภาพต่างกัน พบว่า แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริกร โสนนิล (2559) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเช่ารถยนต์แตกต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโชติมา ชุกกุล (2559) พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารไม่แตกต่างกัน อาชีพต่างกัน พบว่า ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับสุวิภา รักษ์วงศ์ตระกูล (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ เรียกรถโดยสาร Taxi ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน

Grab ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเรียกรถโดยสาร Taxi ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน Grab ไม่ต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิภา รัชต์วงศ์ตระกูล (2560) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเรียกรถโดยสาร Taxi ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน Grab ไม่ต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัฒ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของสิทธิ คำประสิทธิ์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถแท็กซี่รายวัน ครัยแอร์ ด้านราคาและความคุ้มค่า พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤติยา พุทธวงศ์ (2558) พบว่า ราคาส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศ โดยราคา ค่าโดยสารที่มีความเหมาะสมคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางประเภทอื่น ๆ ด้านช่องทางการติดต่อและจัดจำหน่าย พบว่า ยอมรับสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของเนตรนภา ไวทยเลิศศักดิ์ (2558) พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางนครชัยแอร์และบริษัทอื่น ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ยอมรับสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของพรลภ ประโยชน์อมรกุล (2557) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การจัดให้ใช้บัตรสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่าง ๆ การให้บริการแบบแพ็คเกจ และการแจ้งข่าวสาร และโปรโมชั่นกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ด้านบุคลากร พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของอนรรักษ์ เจนสิริผล และเนตรนภา ไวทยเลิศศักดิ์ (2558) พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า การมีทัศนคติที่ดี สามารถแก้ปัญหาได้ และสร้างค่านิยมที่ดีต่อองค์กรได้ ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของอนรรักษ์ เจนสิริผล และเนตรนภา ไวทยเลิศศักดิ์ (2558) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางนครชัยแอร์และบริษัทอื่น ด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของหนึ่งฤทัย คมกฤต (2558) พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่าของบริษัท กรกกล้าเอก จำกัฒ จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ดังนี้

1. ผู้วิจัยควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรถเช่า ในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้สามารถทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการในเรื่องของรูปแบบของการให้บริการรถให้เช่าและการบริการด้านอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการให้บริการต่อไปในอนาคตได้

2. ผู้วิจัยควรศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถให้เช่าเพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการได้ตรงความต้องการของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

กฤติยา พุทธรังค์. (2558). **ปัจจัยประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศในจังหวัดพิษณุโลก**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.

เนตรนภา ไวทย์เลิศศักดิ์. (2558). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถทัวร์สายตะวันออกเฉียงเหนือ: กรณีศึกษานครชัยแอร์และบริษัทอื่น**. วารสารบริหารธุรกิจ, 38(148), 20-38.

พรลภ ประโยชนกุล. (2557). **ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมออลิเดย์อินน์ รีสอร์ท ภูเก็ต**. วารสาร การเงิน การลงทุนการตลาด และการบริหารธุรกิจ, 4 (2).

สมชาย วรกิจเกษมสกุล. (2553). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). อุดรธานี: อักษรศิลป์การพิมพ์.

สุวิภา รักษ์วงศ์ตระกูล. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเรียกรถโดยสาร Taxi ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน Grab ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หนึ่งฤทัย คมกฤต. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่**. การศึกษาเฉพาะบุคคลนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิต และการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อนรรักษ์ เจนสิริผลและเนตรนภา ไวทย์เลิศศักดิ์. (2558). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจบริการกับความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถทัวร์สายตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษานครชัยแอร์และบริษัทอื่น**. วารสารบริหารธุรกิจ ฉบับที่ 148, น.20-38.