

ความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่มีต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า  
ชัยรัชการจำกัด จังหวัดสมุทรปราการ

Satisfaction on Service Quality toward Customer Loyalty at Toyota Chairatchakarn Service  
Center, Samut Prakarn

ลาวัณย์ บุญมี (Lawan Boonmee)\* ดร.มยุขพันธ์ ไชยมันคง (Dr.Mayookapan Chaimankonk)\*\*

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่มีต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการศูนย์ซ่อม บริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการ 2) ศึกษาความจงรักภักดีต่อการบริการ และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณภาพบริการ กับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นที่ .940 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวน 247 คน ทำการเก็บข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Correlation : r)

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 – 40 ปี ประกอบ อาชีพค้าขาย โดยมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 16,001 บาท และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 2-4 ครั้ง 1) ความพึงพอใจในคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านรูปลักษณ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ตามลำดับ 2) ความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านการบอกต่อ และด้านความอ่อนไหวต่อราคาตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการภาพรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ABSTRACT

The purposes of this study were to investigate 1) level of satisfaction on service quality; 2) customer loyalty to the service; 3) relationship between satisfaction on service quality and customer loyalty at Toyota Chairatchakarn Limited, The findings revealed that most respondents were male, 31-40 years old, employed at a private company, having a monthly income of above 16,001 baht, using services about 2-4 times. The respondents were satisfied with overall service quality at a high level. When inspecting among individual aspects, it was found that the aspect of image was at a high level, followed by dependability and assurance to customers; 2) overall loyalty toward service image was at a high level, followed by dependability and assurance to customers; 2) overall loyalty toward service quality was at a high level. When inspecting among individual aspects, it was found that the aspect of using services was at a high level, followed by word-of-mouth reference, and pricing sensitivity, significantly at .05 level; 3) satisfaction on overall service quality moderately related to customer loyalty at Toyota Chairatchakarn Service Center, significantly at .05 level

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ คุณภาพบริการ ความจงรักภักดี ศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ

**Key Words:** Satisfaction, Service quality, Toyota Ratchakarn service center, Samut Prakarn

\*นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย มหาวิทาลัยธนบุรี

\*\* อาจารย์ ระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย มหาวิทาลัยธนบุรี

**บทนำ**

ในปัจจุบันนอกเหนือจากปัจจัย 4 ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตแล้ว รถยนต์ก็ถือเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต เพราะนอกจากจะใช้เป็นพาหนะในการเดินทางแล้วรถยนต์ส่วนหนึ่งยังนำมาใช้ในการประกอบอาชีพ รถยนต์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ถึงแม้ว่ารถยนต์จะเป็นปัจจัยภายนอก แต่ความต้องการรถยนต์ของผู้คนยังมีอยู่มาก รถยนต์เหล่านี้ไม่ว่าใหม่หรือเก่ามันต่างต้องการการบำรุงดูแลรักษาทั้งสิ้นทำให้ผู้เป็นเจ้าของต้องให้ความเอาใจใส่ดูแลเป็นพิเศษ โดยเฉพาะ เรื่องความสะอาด การซ่อมแซม เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการเดินทาง

บริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ เป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ซึ่งมีนโยบายที่มุ่งเน้นด้านการบริการที่เป็นเลิศ โดยกำหนดเป้าหมายการทำงานเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า บริษัทตระหนักถึง ความรับผิดชอบต่อการบริการเป็นสำคัญ ตั้งแต่การต้อนรับลูกค้า ให้คำแนะนำ ให้ข้อมูลตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลในการตัดสินใจ มีศูนย์บริการที่ครบวงจร แบบ one stop service มีทั้งโชว์รูมขายรถ

ศูนย์บริการ ศูนย์ซ่อม ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งมั่นพัฒนา และคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดในด้านบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจ และมอบสิทธิประโยชน์สูงสุดให้กับลูกค้าผู้มีอุปการคุณทุกท่าน ทั้งนี้ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้า ถือเป็นผลลัพธ์ที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการภักดีในการใช้บริการ ซึ่งถ้าองค์กรใดละเลยในการรับรู้และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า อาจทำให้เสียลูกค้าให้กับคู่แข่ง และประสบปัญหาด้านความสามารถในการบริหารจัดการ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษากระบวนการบริการของศูนย์ซ่อมของบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้เกิดการบริการที่ดีมีคุณภาพ และทำให้เกิดความจงรักภักดีสืบต่อไป

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

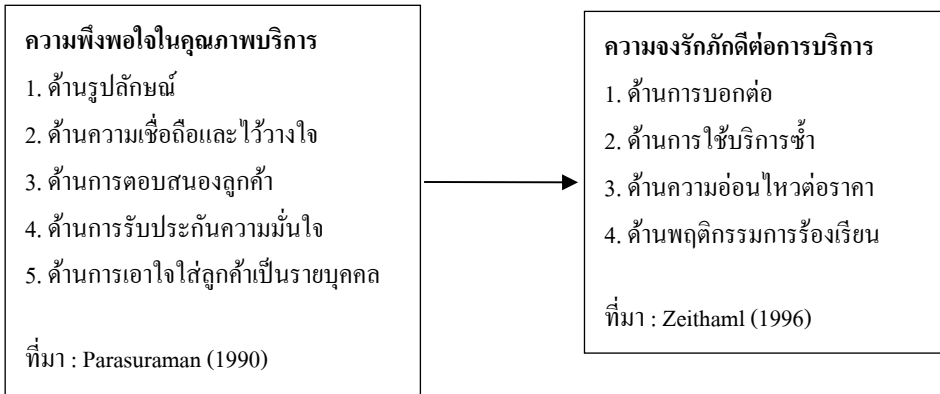
1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่มีต่อความภักดีในการใช้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีต่อการบริการของ ศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณภาพบริการ กับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ

**สมมติฐานการวิจัย**

ความพึงพอใจในคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อม บริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ

**กรอบแนวคิดการวิจัย**

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการกำหนดตัวแปร โดยตัวแปรต้นมาจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่มีต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้าชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ ใช้แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของ Parasuraman (1990) และตัวแปรตามมาจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีความจงรักภักดีของ Zeithaml (1996)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

**วิธีการวิจัย**

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการในศูนย์ซ่อมของบริษัทโตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนทั้งสิ้น 643 คน (ข้อมูลลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ณ เดือน กรกฎาคม 2557)

กลุ่มตัวอย่าง จากการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (1973) ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 247 คน

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน แบ่งเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ศูนย์ซ่อม บริษัท โต โยต้า ชัยรัชการ จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพบริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อศูนย์ซ่อม บริษัท โต โยต้า ชัยรัชการ จังหวัดสมุทรปราการ

โดยส่วนที่ 2 และ 3 มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ตามวิธีของลิกเคอร์ต (Likert) จำแนกออกเป็น 5 ระดับคะแนน ได้แก่ 5 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับมาก

3 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับน้อยที่สุด

**การพัฒนาคุณภาพเครื่องมือ**

1. ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในด้านความตรงตามเนื้อหา ความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องชัดเจนของภาษา โดยพบว่าข้อความทั้งหมดมีค่าดัชนี IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1.00

2. หาค่าความเที่ยงตรง (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรงของครอนบาค (cronbach's alpha coefficient) ผลการวิเคราะห์ พบว่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า 0.94

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. นำหนังสือขออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรีถึงผู้บริหารระดับสูง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ทำการแจกแบบสอบถามออกไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการศูนย์ซ่อมโตโยต้า ต่อจากนั้นจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม

**การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่**

**1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา**

(Descriptive Statistic) เป็นการอธิบายข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ ใช้สถิติทางด้านความถี่ และร้อยละ

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่มีต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ ใช้สถิติทางด้านค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.60-3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ / ความจงรักภักดี ในระดับน้อยที่สุด

**2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน**

(Inferential Statistic) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment

Correlation Coefficient) โดยกำหนดนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 และเกณฑ์การแปลผลค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พวงรัตน์ (2543) ดังนี้

0.80 ขึ้นไป มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

0.60 - 0.79 มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

0.40 - 0.59 มีความสัมพันธ์กันในระดับปาน

กลาง

0.20 - 0.39 มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

0.01 - 0.19 มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

**ผลการวิจัย**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 16,001 บาท และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 2-4 ครั้ง

**การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย**

**การวิจัย**

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในคุณภาพบริการ

ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.20, S.D.=0.50$ ) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านรูปลักษณ์ ( $\bar{X} = 4.31, S.D.=0.63$ ) รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ( $\bar{X} = 4.26, S.D.=0.64$ ) และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ( $\bar{X} = 4.17, S.D.=0.58$ ) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้บริการ

ผลการศึกษา พบว่า ความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.44, S.D.=0.51$ ) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18, S.D.=0.67$ ) รองลงมา คือ ด้านการบอกต่อ ( $\bar{X} = 4.05, S.D.=0.66$ )

และด้านความอ่อนไหวต่อราคา ( $\bar{X}=3.91$ , S.D.=0.87) ตามลำดับ

3. สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการกับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท

ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการภาพรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ ( $r = 0.518$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้าน พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ด้านรูปปลั๊กชน ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับปานกลาง ( $r = 0.461, 0.400, 0.489, 0.338$  และ  $0.433$  ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการกับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ

ความพึงพอใจในคุณภาพบริการ	ภาพรวมความจงรักภักดีต่อการบริการ		
	r	p-value	ระดับความสัมพันธ์
1 ด้านรูปปลั๊กชน	0.461	0.000*	ปานกลาง
2 ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ	0.400	0.000*	ปานกลาง
3 ด้านการตอบสนองลูกค้า	0.489	0.000*	ปานกลาง
4 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	0.338	0.000*	ปานกลาง

5 ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	0.433	0.000*	ปานกลาง
-------------------------------------	-------	--------	---------

ภาพรวม	0.518	0.000*	ปานกลาง
--------	-------	--------	---------

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### อภิปรายผล

#### ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด

ผลการศึกษารูปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภูวนาถ (2553) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก

#### ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการศูนย์ซ่อม บริษัทโตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด

ผลการศึกษารูปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติรัตน์ (2553) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของอู่ซ่อมรถยนต์และศูนย์บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก

#### ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการกับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการศูนย์ซ่อม บริษัทโตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ได้แก่ ด้านรูปปลั๊กชน ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ชัยรัชการ จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน ปัจจัยที่เป็นแรงขับให้เกิดความจงรักภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัย: การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระหว่าง LISREL และ PLS ผลสรุปประการแรก ความพึงพอใจของนักศึกษาและคุณค่าที่ได้รับจากมหาวิทยาลัย แนวโน้มมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความจงรักภักดีของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัย นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูลิรัตน์ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของอู่ซ่อมรถยนต์และศูนย์บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการด้านรูปลักษณะมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับความจงรักภักดี

**ข้อเสนอแนะจากการวิจัย**

1. ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้ามีความสัมพันธ์สูงสุดในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการด้านการบอกต่อ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงทีและผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว พนักงานมีความพร้อมด้านความรู้เกี่ยวกับการซ่อมและอะไหล่ พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องของการซ่อมของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องของการประมาณค่าใช้จ่ายในการซ่อมได้รวดเร็ว

2. ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการภาพรวมมีความสัมพันธ์สูงสุดในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูงกับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการ รองลงมา คือ ด้านการบอกต่อมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง

ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้บริการด้วยความเต็มใจ อุปกรณ์ในการทำงานในศูนย์ซ่อมรถมีความพร้อมในการให้บริการ สถานที่ภายในศูนย์ซ่อมรถมีความสะดวก เช่นที่พักรอลูกค้า ที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ เช่น ตู้น้ำดื่ม ทีวี การประมาณค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งในการซ่อม การให้บริการด้านอะไหล่มีความถูกต้อง เหมาะสม และสม่ำเสมอการคิดค่าบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง สมเหตุสมผลกับคุณภาพบริการ พนักงานมีความพร้อมด้านความรู้เกี่ยวกับการซ่อมและอะไหล่พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องของการซ่อมของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องของการประมาณค่าใช้จ่ายในการซ่อมได้รวดเร็ว ความสามารถในการให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วย และ ความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด พนักงานมีความรู้และทักษะในการให้บริการข้อมูลต่าง ๆ เช่น การซ่อมอะไหล่ การประมาณการรายจ่าย ให้บริการด้านอะไหล่ที่มีคุณภาพ มีการรับประกันการซ่อมโดยกำหนดช่วงรับประกันที่เหมาะสม ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน การเข้าถึงง่าย ง่ายต่อการติดต่อ มีหลายช่องทาง และการสื่อสารแจ้งข่าวสารให้ลูกค้ารับทราบและรับฟังลูกค้า พนักงานมีการบริการตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ พนักงานสามารถให้ทางเลือกในการซ่อมเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า และการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการติดต่อสื่อสารกับผู้รับบริการ

**ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป**

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ลักษณะของข้อมูลที่ได้เป็นความคิดเห็น ดังนั้นควร

เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เพื่อสอบถามความพึงพอใจและความภักดีในเชิงลึก

2. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในครั้งแรก อาจไม่มีความภักดีต่อการใช้บริการ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลกับลูกค้าที่ใช้บริการมาอย่างต่อเนื่องหลายปี ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องมากขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

- ชวลีรัตน์ ก้อนทอง. ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของคู่ซ่อมรถยนต์และศูนย์บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร; 2553.
- ภูวนาด เทียมตะขบ. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้า; 2553.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ; 2543.
- Parasuraman , A.& Zeithaml, V. A., Berry, L.  
Delivery quality service: Balancing customer perception and expectations.  
NY:Free Press; 1990.
- Taro Yamane. Statistics an Introductory Analysis.  
New York: Harper & Row; 1967.
- Zeithaml, Valarie A.; Leonard Berry; & A.Parasuraman. The Behavioral Consequences of Service Quality.  
Journal of Marketing; 1993.