

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

LOGISTICS SERVICE QUALITY AFFECTING CUSTOMERS' SATISFACTION BY TOYOTA SERVICE CENTER IN SAMUTPRAKAN PROVINCE

ธนากร ชมโคกรวด *

ดร.ปัทมา ประโยชน์อุดมกิจ **

ดร.ภูษิตย์ วงษ์เล็ก ***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ และ 3) เพื่อศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการที่นำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 375 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นภาพรวมทั้งฉบับ 0.99 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอนเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการโลจิสติกส์ และความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพบริการโลจิสติกส์ของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีคุณภาพบริการสูงสุด คือ ด้านความไว้วางใจ รองลงมาคือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการใส่ใจลูกค้า และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือ การส่งมอบรถ รองลงมาคือ การนัดหมาย

* นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก,

e-mail : bello_toyota@hotmail.com

**

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : pladenver@hotmail.com

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : wonglek.p2000@gmail.com

การควบคุมคุณภาพงานซ่อม การเตรียมการนัดหมาย การรับรถ การเปิดงานซ่อม การติดตามหลังการซ่อม งานซ่อมเพิ่มเติม งานซ่อมและการควบคุมคุณภาพ และการจ่ายงานและติดตามความคืบหน้างานซ่อมและ 3) ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์ทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการใส่ใจลูกค้า (X_4) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X_5) และด้านการสร้างความมั่นใจ (X_3) สามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ได้ร้อยละ 66.90 โดยสามารถเขียนสมการคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$\text{คะแนนดิบ } \hat{Y} = 0.791 + 0.357(X_4) + 0.247(X_5) + 0.183(X_3)$$

$$\text{คะแนนมาตรฐาน } \hat{Z}_y = 0.408(Zx_4) + 0.299(Zx_5) + 0.184(Zx_3)$$

คำสำคัญ : คุณภาพ บริการ โลจิสติกส์ ความพึงพอใจ ศูนย์บริการรถยนต์

Abstract

This research aimed 1) to study quality of logistics services of Toyota Service Center, Samut Prakarn Province, 2) to study the customer's satisfaction on Toyota Service Center, Samut Prakarn Province and 3) to study the quality of logistics services that affected customer's satisfaction. Samples were 350 customers of Toyota Service Center, Samut Prakarn Province, selected by multi-stage sampling. The research tool was a questionnaire with its index of item-objective congruence (IOC) was between 0.60-1.00 and its reliability was 0.99. The statistics used in data analysis included percentage, mean, standard deviation and Pearson correlation coefficient while the stepwise multiple regression was performed to analyze relationship between logistic service and the customer's satisfaction.

The results showed that 1) Overall, the quality of logistics services of Toyota Service Center, Samut Prakarn Province was at high level. The service trust was found to be the highest aspect, followed by its assurance building, response to customer needs, customer caring and its tangibility respectively. 2) The customer's satisfaction on the Toyota Service Center, Samut Prakarn Province, was also at high level as well. The highest one was car delivering, followed by customer appointments, repairing quality control, appointments preparation, car taking, car repairing, follow-up service, further repairing, repairing and quality control, job assignment and repairing job

follow up, respectively. 3) The hypothesis testing showed that, overall, all quality of logistics services were positively correlated with customer's satisfaction at 0.05 statistical significance level.

The customer caring (X_4), the tangibility (X_5) and customer confidence (X_3) level could predict customer's satisfaction at 66.90% of explained variance. The predictive equations of the raw scores and the standard scores can be written as follows:

The predictive equation of raw scores:

$$\hat{Y} = 0.791 + 0.357(X_4) + 0.247(X_5) + 0.183(X_3)$$

The predictive equation of standard scores:

$$\hat{Z}_y = 0.408(Z_{x_4}) + 0.299(Z_{x_5}) + 0.184(Z_{x_3})$$

Keywords : Quality, Service, Logistic, Satisfaction, Service center

บทนำ

ปัจจุบันโลกเรามีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเดินทางจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินชีวิตและการทำงาน ซึ่งจะเห็นได้จากอัตราการเติบโตของยอดการผลิตและการขายรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี ซึ่งผู้ผลิตรถยนต์ได้พยายามเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในด้านเทคโนโลยียานยนต์ ความสะดวกสบายในการขับขี่ ความประหยัดน้ำมัน และระบบความปลอดภัย ทำให้มีการนำเสนอรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอยู่ตลอดเวลา (อรรถพร สีน้อยขาว และฉัตรชัย ลอยฤทธิภูมิไกร, 2557) และจากแนวโน้มการขยายตัวที่ดีของอุตสาหกรรมยานยนต์ส่วนหนึ่งมาจากการผลักดันของโครงการรถคันแรก และอีกส่วนมาจากการที่ค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ได้มีการผลิตรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มาแข่งขันกันในตลาด โดยมีการจูงใจผู้ซื้อให้เงื่อนไขการชำระเงินด้วยเงินดาวน์ที่ต่ำลงและอัตราดอกเบี้ยต่ำพิเศษ ทำให้แนวโน้มของปริมาณรถยนต์ในแต่ละปีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งสามารถดูได้จากจำนวนรถที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นทุกปี การขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์และปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องดังกล่าวได้ส่งผลทำให้ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์มีการขยายตัวตามอุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น ศูนย์บริการรถยนต์ทั่วไป ธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าว เอื้อต่อการเปิดกิจการศูนย์บริการทั่วไปและอู่ซ่อมรถยนต์ โดยมีปัจจัยสำคัญคือ การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมยานยนต์ ทำให้มีแนวโน้มตลาดที่ดีในอนาคต ส่งผลให้มีการแข่งขันในธุรกิจนี้มากขึ้น ศูนย์บริการมาตรฐานแต่ละแห่งต้องแข่งขันกับศูนย์บริการทั่วไป และอู่ซ่อมบำรุงรถยนต์ และยังคงแข่งขันกันเองระหว่างผู้จำหน่ายแต่ละรายด้วย จึงทำให้ศูนย์บริการมาตรฐานต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงทั้งในด้านคุณภาพของงานซ่อม และด้านของการบริการที่

ประทับใจ แสวงหากลยุทธ์ในการบริการด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้ให้กับศูนย์บริการ และสร้างความพึงพอใจตามความคาดหวังของลูกค้า (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559)

สำหรับปี พ.ศ.2559 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มียอดจำหน่ายรถยนต์รวมทุกรุ่นระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคมเพิ่มขึ้นทุกเดือน โดยเดือนตุลาคมมียอดจำหน่ายรถยนต์รวมทุกรุ่น จำนวน 20,873 คัน เดือนพฤศจิกายนยอดจำหน่ายรถยนต์รวมทุกรุ่น จำนวน 23,494 คัน และเดือนธันวาคมยอดจำหน่ายรถยนต์รวมทุกรุ่น จำนวน 27,957 คัน (บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด, 2559) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญโดยเฉพาะการให้บริการหลังการขาย ในด้านการให้บริการของศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการบริการของศูนย์บริการโตโยต้า เพื่อรองรับปริมาณรถที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ศูนย์บริการรถยนต์ โตโยต้า เขตจังหวัดสมุทรปราการก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในด้านการให้บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถยนต์เช่นกันกับบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ดังจะเห็นได้จากข้อมูลจำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการกับศูนย์บริการรถยนต์ โตโยต้า เขตจังหวัดสมุทรปราการ ระหว่างเดือนกันยายนถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2559 มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกเดือน โดยในเดือนกันยายน มีจำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการ 14,739 คัน เดือนตุลาคมมีจำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการ 15,342 คัน และเดือนพฤศจิกายน มีจำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการ 17,239 คัน (ณัฐวุฒิ มงคลจริง, 2559) ซึ่งจากจำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการที่เพิ่มขึ้นทุกเดือน ทำให้อาจเกิดปัญหาการให้บริการ เกิดความล่าช้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการตัดสินใจไปใช้บริการที่ศูนย์บริการอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง ดังนั้นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ดีที่สุด เมื่อผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า เขตจังหวัดสมุทรปราการ จะส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของศูนย์บริการรถยนต์ได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อที่จะได้ทราบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับใด และผลที่ได้จากการวิจัยในภาพรวมจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ การปรับปรุงงาน และการพัฒนางานด้านการบริการของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถแข่งขันกับศูนย์บริการอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียงได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

3. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานของการวิจัย

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

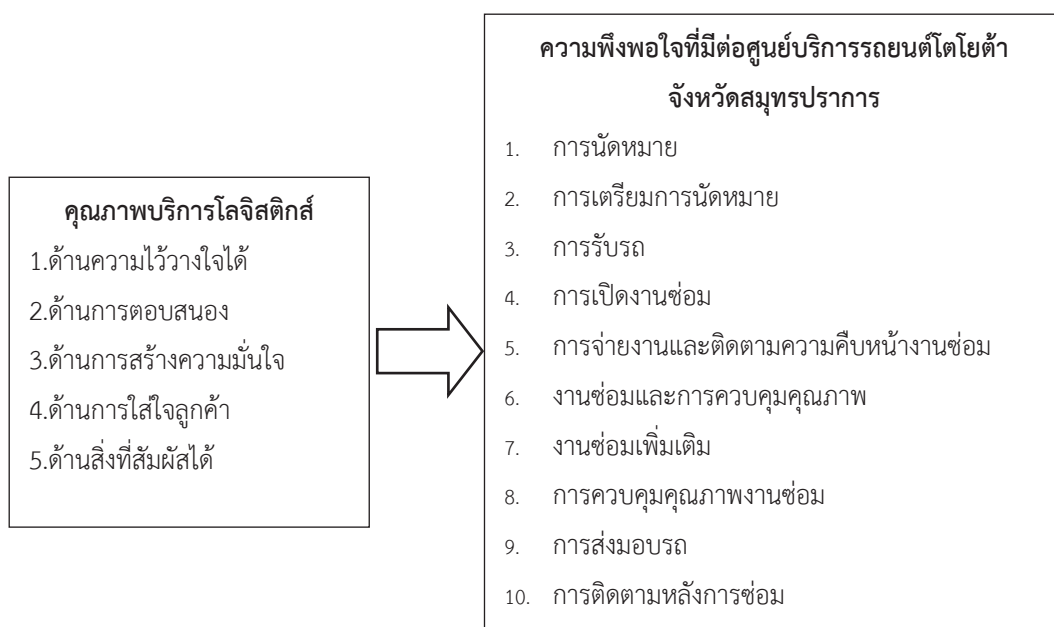
การวิจัยครั้งนี้ มีกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของ Mentzer, Flint and Kent (อ้างอิงใน สวัสดิ์ วรรณรัตน์, 2558); Brady, and Cronin (อ้างอิงใน สวัสดิ์ วรรณรัตน์, 2558) และแนวคิดคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้างอิงใน ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธ์ ไชยมั่นคง, 2557) โดยนำมาเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย โดยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 1) ด้านความไว้วางใจได้ 2) ด้านการตอบสนอง 3) ด้านการสร้าง ความมั่นใจ 4) ด้านการใส่ใจลูกค้า 5) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

2. การให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า โดยกำหนดมาตรฐานด้านการบริการหลังการจำหน่ายไว้ 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านบริการ 2) ด้านอะไหล่ 3) ด้านลูกค้าสัมพันธ์ 4) ด้านตัวถังและสี และ 5) ด้านงานทั่วไป และกำหนดให้ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าทุกแห่งปฏิบัติงานด้านบริการใน 10 ขั้นตอน (บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด, 2556)

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

นิยามศัพท์

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ หมายถึง ความรู้สึกโดยรวมของผู้ใช้บริการของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นระดับความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ผลจากการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความไว้วางใจได้ 2) ด้านการตอบสนอง 3) ด้านการสร้างความมั่นใจ 4) ด้านการใส่ใจลูกค้า และ 5) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่นำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 12,068 คน จากศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า 10 แห่ง ที่มีจำนวนผู้ใช้บริการสูงสุด (ณัฐวุฒิ มงคลจริง, 2559)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่นำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 375 คน จากศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า 10 แห่ง โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตาราง Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ และใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (พรธณี ลิกิจวัฒน์, 2558)

ตัวแปรที่วิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความไว้วางใจ 2) ด้านการตอบสนอง 3) ด้านการสร้างความมั่นใจ 4) ด้านการใส่ใจลูกค้า และ 5) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ใน 10 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) การนัดหมาย 2) การเตรียมการนัดหมาย 3) การรับรถ 4) การเปิดงานซ่อม 5) การทำงานและติดตามความคืบหน้างานซ่อม 6) งานซ่อมและการควบคุมคุณภาพ 7) งานซ่อมเพิ่มเติม 8) การควบคุมคุณภาพงานซ่อม 9) การส่งมอบรถ และ 10) การติดตามหลังการซ่อม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 33 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 40 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.60-1.00 (พรณิ สิกิวิวัฒน์, 2558) และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับผู้ให้บริการที่นำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach's Alpha Coefficient (Cronbach, 1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.99

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ให้บริการที่นำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ทั้ง 10 แห่งที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ.2560 จำนวน 375 คน โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น 350 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 93.33

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd.)
3. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd.)
4. การทดสอบความสัมพันธ์ (Correlation) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
5. การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่นำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 56.57 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 52.86 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 57.71 และส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือน 15,000-25,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 32.86

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมส่งผลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.92) โดยด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านความไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมาคือ ด้านการสร้างความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย = 3.95) ด้านการตอบสนอง (ค่าเฉลี่ย = 3.94) ด้านการใส่ใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.85) และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.81) ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมและรายด้าน

คุณภาพบริการโลจิสติกส์	n = 350		ระดับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
	$\bar{x}$	sd.	
1. ด้านความไว้วางใจ	4.07	0.69	มาก
2. ด้านการตอบสนอง	3.94	0.80	มาก
3. ด้านการสร้างความมั่นใจ	3.95	0.73	มาก
4. ด้านการใส่ใจลูกค้า	3.85	0.83	มาก
5. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.81	0.88	มาก
รวม	3.92	0.69	มาก

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.83) โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือ การส่งมอบรถ (ค่าเฉลี่ย = 3.98) รองลงมาคือ การนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย = 3.95) การควบคุมคุณภาพงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย = 3.91) การเตรียมการนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย = 3.87) การรับรถ (ค่าเฉลี่ย = 3.85) การ

เปิดงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย = 3.83) การติดตามหลังการซ่อม (ค่าเฉลี่ย = 3.72) งานซ่อมเพิ่มเติม (ค่าเฉลี่ย = 3.70) งานซ่อมและการควบคุมคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.68) และการจ่ายงานและติดตามความคืบหน้างานซ่อม (ค่าเฉลี่ย = 3.65) ดังแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมและรายด้าน

ขั้นตอนการบริการ	n = 350		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{x}$	sd.	
1. การนัดหมาย	3.95	0.71	มาก
2. การเตรียมการนัดหมาย	3.87	0.81	มาก
3. การรับรถ	3.85	0.82	มาก
4. การเปิดงานซ่อม	3.83	0.88	มาก
5. การจ่ายงานและติดตามความคืบหน้างานซ่อม	3.65	0.93	มาก
6. งานซ่อมและการควบคุมคุณภาพ	3.68	0.94	มาก
7. งานซ่อมเพิ่มเติม	3.70	1.01	มาก
8. การควบคุมคุณภาพงานซ่อม	3.91	0.80	มาก
9. การส่งมอบรถ	3.98	0.79	มาก
10. การติดตามหลังการซ่อม	3.72	0.94	มาก
รวม	3.83	0.72	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการใส่ใจลูกค้า (X_4) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X_5) และด้านการสร้างความมั่นใจ (X_3) สามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ได้ร้อยละ 66.90 ดังแสดงตามตารางที่ 3

โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ในรูปคะแนนดิบ มีดังนี้

$$\hat{Y} = 0.791 + 0.357(X_4) + 0.247(X_5) + 0.183(X_3)$$

สมการพยากรณ์คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการในรูปคะแนนมาตรฐาน มีดังนี้

$$\hat{Z}_y = 0.408(Z_{x_4}) + 0.299(Z_{x_5}) + 0.184(Z_{x_3})$$

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรในสมการพยากรณ์คุณภาพบริการ
โลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัด
สมุทรปราการ

ตัวแปรที่ศึกษา	b	SE _b	β	t	Sig.
ด้านการใส่ใจลูกค้า (X ₄)	.357	.049	.408	7.244	0.000*
ด้านสิ่งสัมผัสได้ (X ₅)	.247	.043	.299	5.713	0.000*
ด้านการสร้างความมั่นใจ (X ₃)	.183	.048	.184	3.810	0.000*
R	= .820				
R ²	= .672 (Adjusted R ²) = .669				
F	= 236.232*				
SE _{est}	= .41870				
a	= .791				

*p< 0.05

การอภิปรายผลและสรุป

จากผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่พบจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านความไว้วางใจ ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ สามารถส่งมอบรถให้ผู้ใช้บริการได้ตามเวลาที่นัดหมาย และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการตามที่ได้สัญญาและตรงวัตถุประสงค์ของการบริการ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ที่เกี่ยวกับความสำคัญของคุณภาพการบริการ โดยสุพรรณิ อินทร์แก้ว (2551) กล่าวถึงความสำคัญของคุณภาพบริการ ดังนี้ 1) สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เขาเลือกใช้บริการดังนั้นผู้ผลิตบริการ จึงจำเป็นต้องผลิตบริการที่ดีมีคุณภาพให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และ 2) การส่งมอบทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ บริการที่ส่งมอบถึงมือลูกค้าตามกำหนดเวลา โดยไม่มีข้อบกพร่องย่อมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเสมอ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลาวณิชย์ บุญมี (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือและไว้วางใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการตอบสนอง ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ เต็มใจที่จะ

ช่วยเหลือและให้บริการผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที รวมถึงพนักงานของศูนย์บริการฯ มีความตั้งใจและกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือผู้ใช้บริการด้วยความรวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภกร เสรีรัตน์, งามอาจ ปะพานิช, และปริญ ลักขิตานนท์ (2546) ได้กล่าวว่า ลูกค้าน่าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ เช่น การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2558) ซึ่งพบว่า คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านพนักงานบริการ ประกอบด้วย ความกระตือรือร้นในการช่วยแก้ไขปัญหาของพนักงานที่ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านการสร้างความมั่นใจ ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ มีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีความสุภาพ มีจริยธรรม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ด้านการสร้างความมั่นใจ (Assurance) โดย Berry, et al.; Zeithaml and Bitner, (อ้างอิงใน ธวัชชัย ศุภณี, 2554) กล่าวว่า การรับประกัน เป็นการรับประกันว่าพนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และมีความสุภาพ จริยธรรมในการให้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจกับผู้รับบริการว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐานและปลอดภัยไร้กังวล ทั้งนี้จะต้องรับประกันถึงมาตรฐานขององค์กรด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2558) ซึ่งพบว่าคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านพนักงานบริการ ประกอบด้วย ทักษะความรู้ความสามารถของพนักงาน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านการใส่ใจลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการอย่างถ่องแท้ รวมถึงมีการดูแล เอาใจใส่ และมีความสนใจต่อผู้ใช้บริการ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ด้านการใส่ใจลูกค้า (Empathy) โดย Berry, et al.; Zeithaml and Bitner, (อ้างอิงใน ธวัชชัย ศุภณี, 2554) กล่าวว่า การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล เป็นการดูแลเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจ เนื่องจากเข้าปัญหาหรือความต้องการของผู้รับบริการที่ต้องได้รับการตอบสนอง เน้นการบริการและการแก้ไขปัญหาให้กับผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้รับบริการอย่างถ่องแท้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2558) ซึ่งพบว่าคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านพนักงานบริการ ประกอบด้วย ความเอาใจใส่ของพนักงาน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ นำเทคโนโลยี

เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ รวมถึงมีการจัดอาคารสถานที่ที่เหมาะสมเป็นระเบียบ จัดป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ แสดงให้เห็นชัดเจน จัดสถานที่จอดรถที่สะดวก และจัดให้มีห้องน้ำที่สะอาด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้กล่าวว่า ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้นำพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ เช่น 1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาสถานที่แก่ลูกค้าไม่ทำให้ลูกค้าต้องคอยนาน 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2558) ซึ่งพบว่า คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านภูมิทัศน์บริการ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการบริการลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านการนัดหมาย ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงาน Call Center ของศูนย์บริการฯ ติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการด้วยวาจาที่สุภาพอ่อนน้อม และมีการทบทวนรายละเอียดการนัดหมาย ให้ผู้ใช้บริการรับทราบอีกครั้งก่อนสิ้นสุดการนัดหมาย สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการบริการ โดย ฤดี หลิมไพโรจน์ (2552) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญในงานบริการ ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นผู้ดำเนินงานบริการ ซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการในแบบใดแบบหนึ่งและมุ่งปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อภาพพจน์ที่ดีของการบริการนั้น ๆ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบุรณ์ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ็อก คาร์ เซอร์วิส ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ด้านการเตรียมการนัดหมาย ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ มีการการโทรยืนยันการเข้ารับบริการ และรายการซ่อมตามที่ผู้ใช้บริการนัดหมาย รวมถึงมีการแจ้งขั้นตอนการนัดหมายใหม่กรณีที่ใช้บริการขอเลื่อนการนัดหมายเดิม สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหลักการบริการ คือ การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้นต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อคำนึงถึง คือ 1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ 2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ เป็นต้น (สมิต สัชฌุกร, 2542) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบุรณ์ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ็อก คาร์ เซอร์วิส ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ด้านการรับรถ ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะศูนย์บริการฯ ให้การต้อนรับที่ดี เมื่อผู้ใช้บริการนำรถเข้ารับบริการ รวมถึงมีการสอบถามรายละเอียดเบื้องต้นในการเข้ารับบริการ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้อง

กับความสำเร็จของการบริการ โดย สมิต สัจฉกร (2552) กล่าวว่า ความสำเร็จของการบริการในด้านรับบริการ คือ การบริการที่มีคุณค่าเป็นพิเศษต่อผู้รับบริการ เช่น 1) การได้รับบริการที่ดี จะทำให้ผู้รับบริการ มีความสุข มีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการครั้งต่อไป 2) การได้รับความพึงพอใจ จะทำให้ผู้รับบริการยอมรับในคุณภาพของบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบูรณ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ๊อช คาร์ เซอร์วิส ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ด้านการเปิดงานซ่อม ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ มีการสอบถามความต้องการในการรอรับรถ/ไม่รอรับรถ, การล้างรถ/ไม่ล้างรถ รวมถึงการยืนยันรายละเอียดการซ่อมรถกับผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหลักการบริการ คือ การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น ต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อคำนึงถึง คือ 1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ 2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ 3) การปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นเด่นชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เป็นต้น (สมิต สัจฉกร, 2542) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบูรณ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ๊อช คาร์ เซอร์วิส ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ด้านการจ่ายงานและติดตามความคืบหน้างานซ่อม ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ ให้ความสำคัญกับลูกค้าที่นัดหมายก่อนลูกค้าที่ไม่ได้นัดหมาย สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการบริการ โดย สมิต สัจฉกร (2552) กล่าวว่า ความสำเร็จของการบริการในด้านผู้รับบริการ คือการบริการที่มีคุณค่าเป็นพิเศษต่อผู้รับบริการ เช่น 1) การได้รับบริการที่ดีจะทำให้ผู้รับบริการ มีความสุข มีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการครั้งต่อไป 2) การได้รับความพึงพอใจ จะทำให้ผู้รับบริการยอมรับในคุณภาพของบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบูรณ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ๊อช คาร์ เซอร์วิส ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ด้านการซ่อมและการควบคุมคุณภาพ ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ มีการแจ้งข้อมูลให้กับผู้ใช้บริการทราบกรณีพบงานซ่อมเพิ่ม รวมถึงมีการอธิบายผลการวิเคราะห์ปัญหา แนวทางแก้ไขหา รายละเอียดงานซ่อม วิธีการ และกำหนดเวลาเสร็จให้กับผู้ใช้บริการทราบ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการบริการ โดย สมิต สัจฉกร (2552) กล่าวว่า ความสำเร็จของการ

บริการในด้านผู้รับบริการ คือ การบริการที่มีคุณค่าเป็นพิเศษต่อผู้รับบริการ เช่น 1) การได้รับบริการที่ดีจะทำให้ผู้รับบริการมีความสุขมีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการครั้งต่อไป 2) การได้รับความพึงพอใจ จะทำให้ผู้รับบริการยอมรับในคุณภาพของบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบุรณ์ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ๊อช คาร์ เซอร์วิส ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ด้านงานซ่อมเพิ่มเติม ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ศูนย์บริการฯ มีการแจ้งการประเมินเวลา การประเมินค่าใช้จ่าย และรายละเอียดงานซ่อมเพิ่มให้ผู้ใช้บริการทราบ เพื่อขออนุมัติการซ่อม สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสำคัญของการบริการ โดยสมิต สัจฉกร (2552) กล่าวว่า ความสำคัญของการบริการในด้านผู้รับบริการ คือ การบริการที่มีคุณค่าเป็นพิเศษต่อผู้รับบริการ เช่น 1) การได้รับบริการที่ดีจะทำให้ผู้รับบริการมีความสุขมีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการครั้งต่อไป 2) การได้รับความพึงพอใจ จะทำให้ผู้รับบริการยอมรับในคุณภาพของบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบุรณ์ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ๊อช คาร์ เซอร์วิส ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ด้านการควบคุมคุณภาพงานซ่อม ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะศูนย์บริการฯ มีการตรวจสอบคุณภาพงานซ่อมและสภาพความเรียบร้อยของรถที่เข้ารับบริการทุกคันก่อนส่งมอบรถให้กับผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหลักการบริการ คือ การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น ต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ โดยทั่วไปหลักการให้บริการ คือ 1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ 2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ 3) การปฏิบัติโดยถูกต้อง สมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นเด่นชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วนเป็นต้น (สมิต สัจฉกร, 2542) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบุรณ์ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ๊อช คาร์ เซอร์วิส ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ และด้านคุณภาพในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ด้านการส่งมอบรถ ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะศูนย์บริการฯ มีการตรวจสอบความพร้อมของรถ มีการอธิบายรายละเอียดงานซ่อมทั้งหมด และค่าใช้จ่ายในการซ่อมอย่างละเอียดให้ผู้ใช้บริการทราบก่อนส่งมอบรถ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหลักการบริการ คือ การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้นต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ โดยทั่วไปหลักการให้บริการ คือ

1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ 2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ 3) การปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นเด่นชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วนเป็นต้น (สมิต สัณณกร, 2542) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบูรณ์ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ็อกคาร์ เซอร์วิส ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ และด้านคุณภาพในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ด้านการติดตามหลังการซ่อม ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพนักงาน Call Center ของศูนย์บริการฯ ติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการด้วยวาจาที่สุภาพ อ่อนน้อม สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการบริการ โดย ฤดี หลิมไพโรจน์ (2552) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญของการให้บริการคือ ผู้ปฏิบัติงานบริการ เป็นผู้ดำเนินงานบริการ ซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการในแบบใดแบบหนึ่งและมุ่งปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อภาพพจน์ที่ดีของการบริการนั้น ๆ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบูรณ์ และสมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ็อกคาร์ เซอร์วิส ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

3. ตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านการใส่ใจลูกค้า (X4) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ ดูแล เอาใจใส่ และให้บริการกับผู้ใช้บริการแต่ละคนเท่าเทียมกัน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ด้านการใส่ใจลูกค้า (Empathy) โดย Berry, et al. ; Zeithaml and Bitner, (อ้างอิงใน รัชชัย ศุภณ, 2554) กล่าวว่า การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งใจตั้งใจ เน้นการบริการและการแก้ไขปัญหาให้กับผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้รับบริการอย่างถ่องแท้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2558) ซึ่งพบว่า คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ด้านพนักงานบริการ ประกอบด้วย ความเอาใจใส่ของพนักงาน มีผลต่อความความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านสิ่งสัมผัสได้ (X5) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ มีการจัดอาคารสถานที่ได้เหมาะสม เป็นระเบียบ จัดป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ แสดงให้เห็นชัดเจน จัดสถานที่จอดรถที่สะดวก และจัดให้มี

ห้องน้ำที่สะอาด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ด้านองค์ประกอบของการบริการ โดย ฤดี หลิมไพโรจน์ (2552) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการ อาทิ อาคารสถานที่ เครื่องมือ เครื่องใช้ การจัดแบ่งสถานที่ การประดับตกแต่ง เป็นปัจจัยในการสร้างความประทับใจและเอกลักษณ์ของการบริการ ทำให้เกิดความแตกต่างในคุณภาพของการบริการได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2558) ซึ่งพบว่า คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านภูมิทัศน์บริการ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการบริการลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านการสร้างความมั่นใจ (X3) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการฯ มีพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้กล่าวว่า ในการพิจารณาคุณภาพบริการลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้ คือ 1) ความสามารถ (Competence) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงานหรือทำงานโดยไม่มีข้อผิดพลาด 2) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการ ต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ หรือสามารถตรวจสอบข้อผิดพลาดจากการสั่งการของลูกค้า และแจ้งให้ทราบ เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2558) ซึ่งพบว่าคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านพนักงานบริการ ประกอบด้วย ทักษะความรู้ความสามารถของพนักงาน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะผลที่ได้จากการศึกษา

1. คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ศูนย์บริการฯ ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงด้านการจัดสถานที่ให้บริการ โดยเฉพาะเรื่องห้องสุขาให้มีเพียงพอ ไม่มีกลิ่น สะอาดน่าใช้

2) ด้านการใส่ใจลูกค้า ศูนย์บริการฯ ควรกำชับให้พนักงานทุกคนให้บริการกับผู้ใช้บริการทุกคนเท่าเทียมกันบนมาตรฐานเดียวกันไม่เลือกปฏิบัติ

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ

1) ด้านการจ่ายงานและติดตามความคืบหน้างานซ่อม ศูนย์บริการฯ ควรกำชับให้พนักงานที่เกี่ยวข้องแจ้งให้ผู้บริการทราบทุกครั้ง เมื่องานซ่อมเกิดความล่าช้า

3) ด้านงานซ่อมและการควบคุมคุณภาพ ศูนย์บริการฯ ควรกำชับให้พนักงานที่เกี่ยวข้องอธิบายรายละเอียดงานซ่อม วิธีการ และกำหนดเวลาซ่อมเสร็จให้ผู้ใช้บริการทราบก่อนการส่งมอบรถให้กับผู้ใช้บริการทุกครั้ง

4) ด้านงานซ่อมเพิ่มเติม ศูนย์บริการฯ ควรกำชับให้พนักงานที่เกี่ยวข้องแจ้งรายละเอียดงานซ่อมเพิ่มให้ผู้ใช้บริการทราบเพื่อขออนุมัติการซ่อมก่อนดำเนินการซ่อมรถ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ แต่ละด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ทราบแนวทางในการพัฒนาที่ตรงตามความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). *โครงการวิจัยธุรกิจบริการสู่ตลาดโลก: ธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์*.

สืบค้น 3 ธันวาคม 2559, จาก

www.dbd.go.th/download/doc/3summary_of_repair_shop.doc

ไชยยศ ไชยมั่นคง, และมยุขพันธ์ ไชยมั่นคง. (2557). *การจัดการซัพพลายเชนและช่องทางการตลาด*.

นนทบุรี: วิชั่น พรีเมส.

ณัฐวุฒิ มงคลจริง. (2559, 9 ธันวาคม). บริษัท โตโยต้าแอท ยูไนเต็ต จำกัด (สำนักงานใหญ่) [บทสัมภาษณ์].

ธวัชชัย ศุภธณี. (2554). *ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพอใจในการบริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง*. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี).

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. (2556). *ขั้นตอนการปฏิบัติงานมาตรฐานด้านการบริการหลังการจำหน่าย*. สายงานการตลาดหลังการขาย.

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. (2559). *สรุปยอดจำหน่าย : ติดตามรายงานสรุปยอดขาย ในแต่ละเดือนของโตโยต้า ก่อนใคร*. สืบค้น 3 มกราคม 2560, จาก

<http://www.toyota.co.th/sale-volume.php>

บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบูรณ์, และสมศักดิ์ มีเสถียร. (2557). ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บ็อก คาร์เซอร์วิส. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 20(38), 87-95.

พรณี ลีกิจวัฒน์. (2558). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: มินเซอร์วิซซัพพลายเชน.

ฤดี หลิมไพโรจน์. (2552). *การบริหารการขาย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ลาวันย์ บุญมี. (2557). *ความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่มีต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการศูนย์ซ่อม บริษัท โตโยต้าซายรัชการจำกัด จังหวัดสมุทรปราการ*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธนบุรี).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช, และปริญญา ลักษิตานนท์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมิต สัมณกร. (2542). *การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- สมิต สัมณกร. (2552). *การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- สวัสดี้ วรรณรัตน์. (2558). *การวัดคุณภาพการบริการโลจิสติกส์และความพึงพอใจ โดยใช้แบบจำลอง สมการโครงสร้าง. ใน การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 53 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขา เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ (น. 586-593). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว. (2550). *การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.
- อรพรรณ สีน้อยขาว, และฉัตรชัย ลอยฤทธิภูมิไกร. (2557). *ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผล ต่อพฤติกรรมการใช้ศูนย์บริการโตโยต้า ของลูกค้าในเขตภาคอีสานตอนล่าง. ใน การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 4 (น. 1-13). นนทบุรี: สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. New York: Happer and Row.