

คุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ :

กรณีศึกษา บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

QUALITY OF CUSTOMER SERVICE IN CAR GAS INSTALLATION

BUSINESS: A CASE STUDY OF POWER GAS PLUS

COMPANY LIMITED

สุภาพร สังศิริ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจของมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ :
กรณีศึกษา บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

สุภาพร สังศิริ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจของมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป
คณะบริหารธุรกิจ

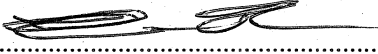
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

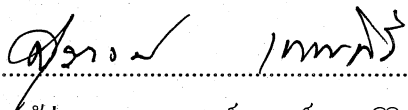
ปีการศึกษา 2554

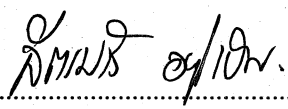
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ คุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์
กรณีศึกษา : บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด
Quality of Customer Service in Car Gas Installation Business :
A Case Study of Power Gas Plus Company Limited
ชื่อ - นามสกุล นางสาวสุภาพร สังศิริ
วิชาเอก การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตรปารี อยู่เย็น
ปีการศึกษา 2554

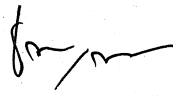
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศักดิ์ จันทระประภาเลิศ)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรางค์ เทพศิริ)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตรปารี อยู่เย็น)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร)

วันที่ 20 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555

| | |
|-----------------------|---|
| หัวข้อการค้นคว้าอิสระ | คุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ : กรณีศึกษา บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด |
| ชื่อ-นามสกุล | นางสาวสุภาพร สังศิริ |
| วิชาเอก | การจัดการทั่วไป |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตรปารี อยู่เย็น |
| ปีการศึกษา | 2554 |

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ : กรณีศึกษาบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการและเพื่อศึกษาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย Independent Samples t-test, F-test (One-Way ANOVA) และ Pearson Correlation

จากการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกันโดยเพศชายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมากกว่าเพศหญิง ด้านระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ไม่แตกต่างกันต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ส่วนในด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยบริการด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการและด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศและสถานภาพ ส่วนระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ และการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ในด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการและด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน

| | |
|----------------------------------|---|
| Independent Study Title | Quality of Customer Service in Car Gas Installation Business: A Case Study of Power Gas Plus Company Limited |
| Name-Surname | Miss Supaporn Sangsiri |
| Major Subject | General Management |
| Independent Study Advisor | Assistant Professor Chatparee Yooyen |
| Academic Year | 2011 |

ABSTRACT

The independent study was conducted to investigate the quality of customer service in the car gas installation business: a case study of Power Gas Plus Company Limited, to inspect the demographic factors that affected the quality of customer service in the car gas installation business, and to compare average service quality of Power Gas Plus Company Limited. The data were gathered from 400 samples through the application of questionnaires, and were analyzed using descriptive statistics which comprised Independent Samples t-test, F-test (One-Way ANOVA), and Pearson Correlation.

Concerning the service quality of Power Gas Plus Company Limited toward the aspect of demographic factor on gender, the study showed that males and females had different satisfactions toward the service quality of Power Gas Plus Company Limited. It was found that males demonstrated more satisfaction with the service quality than females. The differences in the level of education, occupation, and income did not affect the customer satisfaction toward the service quality of Power Gas Plus Company Limited. According to the aspects of sensation and perception on the service factors, reliability in attributes or service standard, and empathy for customers were at the moderate level.

The results of hypothesis testing showed that different personal factors on gender and marital status caused differences in the quality of customer service of Power Gas Plus Company Limited at 0.05 level of significance. The level of education, occupation, income, sequential injection system installing and fumigation system installing had correlation with the service quality of Power Gas Plus Company Limited, yet the low relationship was found with the reliability in attributes or service standard and empathy for customers.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สามารถสำเร็จได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลือและความกรุณาจากคณะบุคคลหลายฝ่าย ผู้ศึกษาจึงขอใช้โอกาสนี้ขอขอบพระคุณบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด และผู้ตอบแบบสอบถาม ที่กรุณาให้การสนับสนุนตลอดจนอนุญาตให้ทำการศึกษาค้นคว้า อีกทั้งขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตรปรี อยู่เย็น ที่ได้ให้ความกรุณาอย่างยิ่งในการให้แนวคิด คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือและสนับสนุนตลอดจนตรวจสอบ แก้ไข จนทำให้ผลงานนี้สำเร็จเรียบร้อยโดยสมบูรณ์ ขอขอบคุณคณะกรรมการ ที่ได้ตรวจทาน กลั่นกรอง เพื่อให้การค้นคว้าอิสระนี้มีความถูกต้องครบถ้วนยิ่งขึ้น ขอขอบคุณผู้รับบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลในการทำการวิจัยครั้งนี้ สุดท้ายนี้ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือ จนสามารถทำให้การค้นคว้าอิสระได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุภาพร สังศิริ

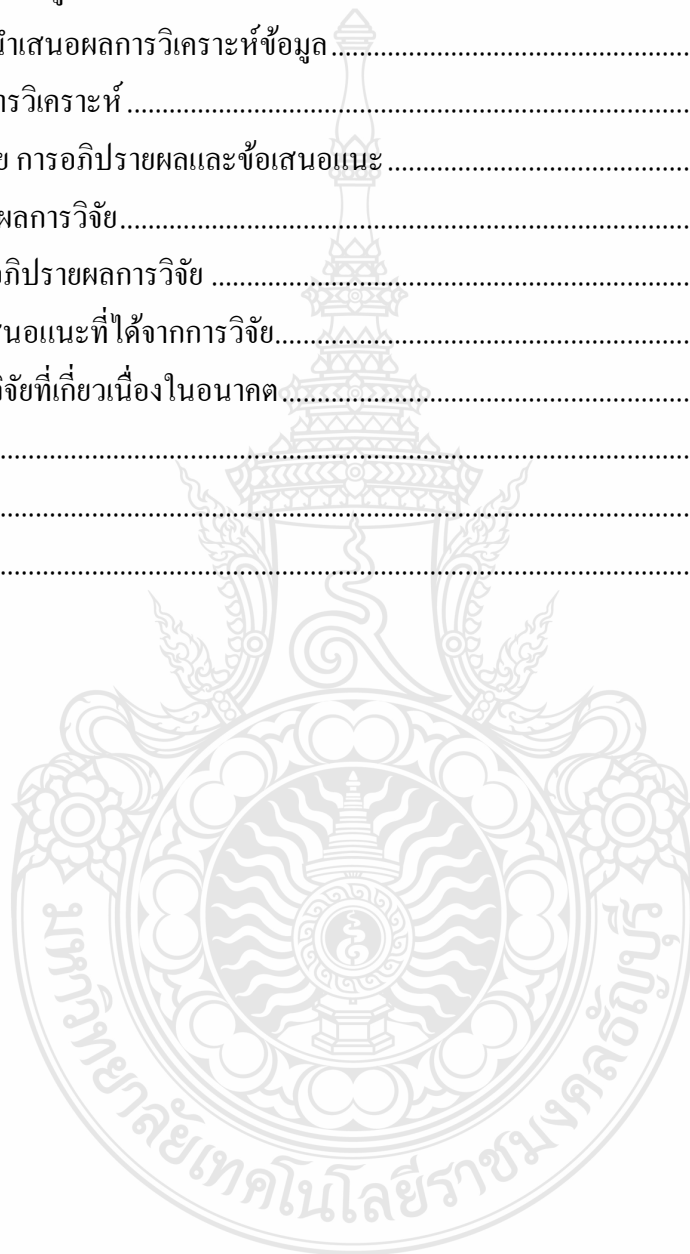


สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ก |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | ง |
| กิตติกรรมประกาศ..... | จ |
| สารบัญตาราง..... | ซ |
| สารบัญภาพ..... | ญ |
| บทที่ | |
| 1. บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 2 |
| 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย..... | 4 |
| 1.3 สมมติฐานการวิจัย..... | 4 |
| 1.4 ขอบเขตของการวิจัย..... | 4 |
| 1.5 คำจำกัดความในการวิจัย..... | 5 |
| 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 7 |
| 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 8 |
| 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 9 |
| 2.1 ทฤษฎีคุณภาพการบริการ..... | 9 |
| 2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ..... | 11 |
| 2.3 ประวัติของบริษัทพาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด..... | 12 |
| 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 16 |
| 3. วิธีดำเนินการวิจัย..... | 19 |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 19 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 20 |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 22 |
| 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 23 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 24 |
| 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 24 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์..... | 25 |
| 5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... | 40 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย..... | 42 |
| 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย..... | 42 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย..... | 45 |
| 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต..... | 44 |
| บรรณานุกรม..... | 45 |
| ภาคผนวก..... | 47 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 52 |



สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|---|
| 4.1 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล 28 |
| 4.2 | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพ การบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด 30 |
| 4.3 | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพ การบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะ หรือมาตรฐานการบริการ 30 |
| 4.4 | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพ การบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดด้านการตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า..... 32 |
| 4.5 | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพ การบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า 33 |
| 4.6 | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพ การบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัย การบริการ 34 |
| 4.7 | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการติดตั้ง ทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด 34 |
| 4.8 | เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดจำแนกตามเพศ 36 |
| 4.9 | เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดจำแนกตามสถานภาพ 37 |
| 4.10 | เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดจำแนกตามระดับการศึกษา 38 |
| 4.11 | เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดจำแนกตามอาชีพ 39 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|---|
| 4.12 | เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำแนกรายได้ต่อเดือน 40 |
| 4.13 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและคู่มือก๊าซกับ คุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส 41 |
| 4.14 | สรุปผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 42 |



สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 2.1 แสดงให้เห็นถึงระบบติดตั้งของ NGV | 15 |
| 2.2 แสดงให้เห็นถึงระบบการติดตั้งแบบ LPG | 15 |
| 2.3 แสดงถึง หลักการทำงานของระบบหัวฉีด | 16 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ในประเทศไทยปัจจุบันได้ก่อตัวขึ้นอย่างมากมายทั้งที่มีมาตรฐานและไม่มีมาตรฐาน เจ้าของธุรกิจติดตั้งแก๊สต่างก็หวังให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการติดตั้ง โดยใช้มาตรฐานด้านความปลอดภัย การบริการหรือคุณภาพของการติดตั้งมารองรับและเป็นหลักค้ำประกันให้กับธุรกิจของตนเองเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อธุรกิจและสร้างความมั่นใจในคุณภาพการบริการกับลูกค้า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่างก็ตั้งความหวังไว้ว่ารถยนต์ของตนที่นำมาติดตั้งแก๊สกับธุรกิจบริการติดตั้งแก๊สรถยนต์นั้นจะต้องมีคุณภาพมีการรับประกันหลังการติดตั้งหาก เกิดข้อผิดพลาดอีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงมองในเรื่องของการบริการระหว่างติดตั้งธุรกิจติดตั้งแก๊สในปัจจุบันมี การแข่งขันกันอย่างรุนแรงทั้งในเรื่องของ การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ และการบริการระหว่างรอติดตั้ง ก็มี ความสำคัญมากด้วยเช่นกัน เนื่องจากระหว่างรอติดตั้งแก๊สนั้นต้องใช้ระยะเวลา 2-3 ชั่วโมง ต่อคัน ช่วงระหว่างเวลาที่รอติดตั้งผู้ประกอบการอาจจะมิจิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า อาทิเช่น มุมหนังสือ มุมกาแฟหรือ ห้องดูทีวี เป็นต้น

เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจในความใส่ใจต่อการบริการให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการติดตั้งแก๊ส อีกทั้งยังมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำ ตอบปัญหาหรือข้อซักถามของลูกค้าเพื่อให้เกิดการรับรู้ ที่ถูกต้องถูกวิธี หลาย ๆ กิจการอาจจะยังไม่ได้มีการกระทำดังที่กล่าวข้างต้นอย่างสมบูรณ์แบบมากนัก นับว่าเป็นข้อเสียเปรียบของธุรกิจที่ ยังไม่ได้มองเห็นถึงความได้เปรียบ ณ จุดนี้ ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์นั้นมีมากทำให้ลูกค้ามีตัวเลือก ที่เพิ่มมากขึ้น สามารถเลือกที่จะติดตั้งแก๊สกับบริษัทใดก็ได้ เพราะมาตรฐานในการติดตั้งแก๊สนั้นมีลักษณะ คล้ายคลึงกัน ด้วยเหตุผลต่าง ๆ เหล่านี้ซึ่ง อาจจะมองว่าเป็นสิ่งเล็ก ๆ แต่ก็นับได้ว่าการบริการที่สามารถ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้นั้น นำมาซึ่งการบอกต่อในที่สุด เป็นการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ โดยใช้คุณภาพ และมาตรฐานที่ดีของตัวธุรกิจเอง

ธุรกิจการให้บริการติดตั้งแก๊สนั้นนอกจากจะต้องแข่งขันกับธุรกิจแขนงเดียวกันที่กำลังเกิดขึ้นมาใหม่ๆ แล้วสิ่งสำคัญที่สุดยังคงต้องแข่งขันกับตัวเองเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนำมาซึ่งศักยภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และเมื่อไหร่ที่ธุรกิจหยุดการพัฒนานั้นก็เท่ากับเป็นการทิ้งโอกาสทางธุรกิจและ จะทำให้เกิดข้อเสียเปรียบในการแข่งขันขึ้นทันที

ประชาชนโดยรวมส่วนใหญ่มักจะมองว่าการติดตั้งแก๊สในรถยนต์นั้นเป็นอันตราย ทำลายระบบเครื่องยนต์ ทำให้เครื่องยนต์นั้นมีปัญหาเร็วกว่าที่ควร บางคนก็ว่าเหมือนมีถังระเบิดติดอยู่กับรถบ้างซึ่งความคิดความเชื่อ เหล่านี้เกิดจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ไม่มีการอิงจากข้อเท็จจริงของกระบวนการทำงานของระบบแก๊ส หรือลักษณะโดยทั่วไปของแก๊สเรียกอีกอย่างว่า “ก๊าซธรรมชาติ”

ก๊าซธรรมชาติเป็นพลังงานปิโตรเลียมชนิดหนึ่ง เช่นเดียวกับน้ำมัน ที่จริง น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และถ่านหิน ก็คือ ซากพืชและซากสัตว์ที่ทับถมกันมานานหลายแสนหลายล้านปีและทับสะสมกัน จน จมอยู่ใต้ดิน แล้วเปลี่ยนรูปเป็นสิ่งที่เรียกว่า ฟอสซิล ระหว่างนั้นก็มีการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติจนซากสัตว์และซากพืช หรือฟอสซิลนั้นกลายเป็นน้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติและถ่านหินที่เรานำมาใช้ประโยชน์ได้ในที่สุด เราจึงเรียกเชื้อเพลิงประเภทน้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและถ่านหิน

ในทางวิทยาศาสตร์ เรารู้กันดีว่า ด้านพืชและสัตว์ รวมทั้งคน ประกอบด้วยเซลล์เล็ก ๆ มากมาย เซลล์เหล่านี้ประกอบด้วยธาตุไฮโดรเจนและธาตุคาร์บอนเป็นหลัก เวลาซากสัตว์และซากพืชทับถมและเปลี่ยนรูปเป็นน้ำมันหรือก๊าซธรรมชาติหรือถ่านหิน พวกนี้จึงมีองค์ประกอบของสารไฮโดรคาร์บอนเป็นส่วนใหญ่และเมื่อนำไฮโดรคาร์บอนมาเผา จะให้พลังงานแบบเดียวกับที่เราเผาฟืน เพียงแต่เชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ หรือถ่านหิน ให้ความร้อนมากกว่าก๊าซธรรมชาติมีก๊าซหลายอย่างประกอบเข้าด้วยกัน มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า มีเทน อีเทน โพรเทน บิวเทน ฯลฯ แต่โดยทั่วไปจะประกอบด้วยก๊าซมีเทนเป็นส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 70 ขึ้นไป ก๊าซพวกนี้เป็นสารไฮโดรคาร์บอนทั้งสิ้น เมื่อนำมาใช้ ต้องแยกก๊าซออกจากกันเสียก่อน จึงจะใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ นอกจากสารไฮโดรคาร์บอนแล้ว ก๊าซธรรมชาติยังอาจประกอบด้วยก๊าซอื่น ๆ อาทิ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ไฮโดรเจนซัลไฟด์ ไนโตรเจนและน้ำ เป็นต้น สารประกอบเหล่านี้สามารถแยกออกจากกันได้ โดยนำมาผ่านกระบวนการแยกที่โรงแยกก๊าซธรรมชาติ ก๊าซที่ได้แต่ละตัวนำไปใช้ประโยชน์ต่อเนื่องได้อีกมากมาย

คุณประโยชน์ของก๊าซธรรมชาติ

- เป็นเชื้อเพลิงปิโตรเลียมที่นำมาใช้งานได้มีประสิทธิภาพสูง มีการเผาไหม้สมบูรณ์
- ลดการสร้างก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุของสภาวะโลกร้อน
- มีความปลอดภัยสูงในการใช้งาน เนื่องจากเบากว่าอากาศ จึงลอยขึ้นเมื่อเกิดการรั่ว
- มีราคาถูกกว่าเชื้อเพลิงปิโตรเลียมอื่นๆ เช่น น้ำมัน น้ำมันเตาและก๊าซปิโตรเลียมเหลว
- สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ
- ก๊าซธรรมชาติส่วนใหญ่ที่ใช้ในประเทศไทยผลิตได้เองจากแหล่งในประเทศ จึงช่วยลดการนำเข้าพลังงานเชื้อเพลิงอื่น ๆ และประหยัดเงินตราต่างประเทศได้มากขึ้น

ก๊าซปิโตรเลียมเหลวกับก๊าซหุงต้ม แอลพีจี ก๊าซหุงต้มมีชื่อเรียกเป็นทางการว่าก๊าซปิโตรเลียมเหลว (Liquefied petroleum gas : LPG) หรือเรียกย่อๆ ว่า แอลพีจีเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแยกน้ำมันดิบในโรงกลั่นน้ำมันหรือการแยกก๊าซธรรมชาติ ในโรงแยกก๊าซธรรมชาติ ก๊าซปิโตรเลียมเหลวประกอบด้วย ส่วนผสมของคาร์บอน 2 ชนิด คือ โพรเทนและบิวเทน ในอัตราส่วนเท่าใดก็ได้ หรืออาจจะเป็นโพรเทนบริสุทธิ์ 100% หรือบิวเทนบริสุทธิ์ 100% ก็ได้ สำหรับในประเทศไทยก๊าซหุงต้มส่วนใหญ่ได้จากโรงแยกก๊าซธรรมชาติโดยใช้อัตราส่วนผสมของโพรเทนและบิวเทนประมาณ 70:30 ซึ่งจะให้ค่าความร้อนที่สูง ทำให้ผู้ใช้ประหยัดค่าเชื้อเพลิง

ก๊าซปิโตรเลียมเหลวสามารถใช้เป็นเชื้อเพลิงในการหุงต้มในครัวเรือน ในโรงงานอุตสาหกรรม และในยานพาหนะได้ เช่นเดียวกับก๊าซธรรมชาติที่สามารถใช้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้าในโรงงานอุตสาหกรรมและในยานพาหนะแต่ในประเทศไทยยังไม่มีการนำก๊าซธรรมชาติมาใช้งานในครัวเรือนโดยตรง ด้วยคุณสมบัติในการเป็นเชื้อเพลิงดีดไฟของก๊าซธรรมชาติ และก๊าซหุงต้ม เพื่อความปลอดภัย ผู้ใช้ต้องใส่ใจในการปฏิบัติตามกฎความปลอดภัยในการใช้งานอย่างเคร่งครัด

คุณสมบัติทั่วไปของแก๊ส แอลพีจี

- เป็นสารประกอบไฮโดรคาร์บอน ประกอบด้วย ก๊าซโพรเทนและบิวเทน เป็นหลัก
- ไม่มีกลิ่น ไม่มีสี ปราศจากพิษ(แต่โดยทั่วไปจะเติมสารเพื่อความปลอดภัย)
- หนักกว่าอากาศ
- ติดไฟได้ในช่วงของการดีดไฟที่ 2-15% ของปริมาณในอากาศและอุณหภูมิที่ดีดไฟได้เองคือ 400 องศาเซลเซียส

คุณประโยชน์ของแก๊ส แอลพีจี

- เป็นเชื้อเพลิงที่นำมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงมีการเผาไหม้สมบูรณ์
- ลดการสร้างก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อน
- มีราคาถูก
- ก๊าซอยู่ในสภาพแรงดันต่ำ
- อัตราการสิ้นเปลืองก๊าซเทียบเท่ากับการใช้น้ำมันเบนซิน
- อุปกรณ์มีราคาถูกกว่าอุปกรณ์แก๊ส เอ็นจีวี

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้ง แก๊สรถยนต์กรณีศึกษา บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดซึ่งจำเป็นต้องรู้ถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาการ

บริการ ให้ตอบสนองต่อลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อให้เกิดความประทับใจบอกต่อเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายไปในตัวอีกทั้งยังช่วยยกระดับมาตรฐานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการติดตั้งแก๊สของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของ บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน
2. สถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน
4. อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน
5. รายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน
6. รูปแบบการติดตั้งแก๊สที่ต่างกันมีผลต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกันไป

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่มีต่อบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ

1. ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent Variables) ประกอบด้วย

1.1.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

เพศ

อายุ

ระดับการศึกษา

อาชีพ

รายได้ต่อเดือน

1.1.2 การติดตั้งแก๊สทั้งระบบหัวฉีดและระบบชุดแก๊ซ

การรับประกันการติดตั้ง

ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านทั่วไป

รูปแบบของการติดตั้ง

บริการหลังการขาย

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

- มาตรฐานการบริการ
- ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า
- ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ

3. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ที่ติดตั้งแก๊ส กับ บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

4. พื้นที่ทำการศึกษาคือ บริษัทพาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ถนนนครอินทร์ (พระรามห้า)

ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ.นนทบุรี ตั้งแต่เดือน มกราคม – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

แก๊สปิโตรเลียมเหลวหรือแอลพีจี (Liquefied petroleum gas:LPG) จัดเป็นเชื้อเพลิงอีกชนิดหนึ่งที่มาจากซากดึกดำบรรพ์ (Fossil Fuel) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแยกน้ำมันดิบในโรงกลั่นน้ำมันหรือการแยกก๊าซธรรมชาติในโรงแยกก๊าซธรรมชาติ ซึ่งประกอบด้วยส่วนผสมของไฮโดรคาร์บอน 2 ชนิด คือ โพรเทนและบิวเทน ไม่มีกลิ่น ไม่มีสี ปราศจากพิษ หนักกว่าอากาศติดไฟได้ในช่วงของการติดไฟที่ 2-15% ของปริมาณในอากาศและอุณหภูมิที่ติดไฟได้เองคือ 400 องศาเซลเซียสในประเทศไทยแก๊สหุงต้มส่วนใหญ่ได้จากการกลั่นน้ำมันโดยใช้อัตราส่วนผสมของโพรเทนและบิวเทนประมาณ 70:30 ซึ่งจะให้อุณหภูมิที่สูง

ก๊าซธรรมชาติ (Natural gas) น้ำมันจากดินที่นำมากลั่นเป็นเชื้อเพลิง เป็นน้ำมันดิบที่ประกอบด้วยสารไฮโดรคาร์บอนและสารอินทรีย์อื่น ๆ อีกมากมาย

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

การบริการ (Service) การกระทำที่อำนวยความสะดวกที่ผู้ให้บริการกระทำให้กับผู้รับบริการ ซึ่งในการให้บริการนั้นอาจมีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ หรืออาจจะเป็นการกระทำล้วน ๆ โดยที่ไม่มีมีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือสื่อสารใด ๆ เลยก็ได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การบริการหมายรวมถึงตั้งแต่ การกระทำที่อำนวยความสะดวกที่เป็นนามธรรมล้วน ๆ โดยไม่มีวัสดุ สิ่งของหรือสินค้าเป็นส่วนประกอบสำคัญของการกระทำนั้น ๆ

มาตรฐาน (Standard) หมายถึง เอกสารที่จัดทำขึ้นจากการเห็นพ้องต้องกัน และได้รับความเห็นชอบจากองค์กรอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป เอกสารดังกล่าววางกฎระเบียบแนวทางปฏิบัติหรือลักษณะเฉพาะแห่งกิจกรรม หรือผลที่เกิดขึ้นของกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์ใช้กันทั่วไปจนเป็นปกติวิสัย โดยมุ่งให้บรรลุถึงความสำเร็จสูงสุดตามข้อกำหนดที่วางไว้

การรับประกันการติดตั้งหมายถึง มีรับประกันผลงาน 1 ปีไม่จำกัดระยะเวลาในการให้บริการ ตรวจสอบอุปกรณ์ และระบบต่อทางฟรี ทุกระยะ 6 เดือน หรือปีละ 2 ครั้ง

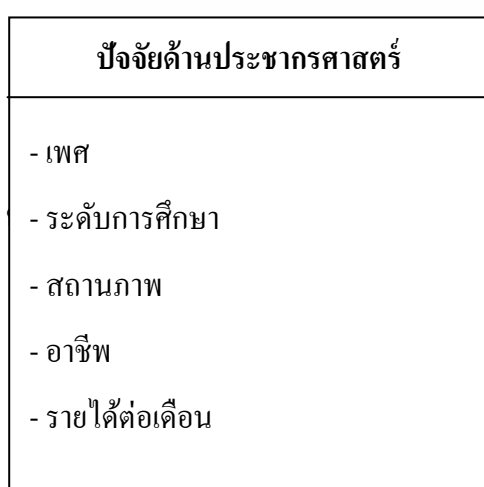
การทำการขายด้วยการใช้พนักงาน (Personal Selling) การทำการขายด้วยการใช้พนักงานเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยเครื่องมือการพยากรณ์ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย ผลที่จะได้รับจากกระบวนการในการทำการขาย การใช้จิตวิทยาเฉพาะบุคคลในการจูงใจลูกค้าเพื่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือการบริการ และคุณภาพในการทำการขาย

การตอบสนองอย่างรวดเร็ว หมายถึง การมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า หรือแม้แต่การตัดสินใจของการบริหาร ผู้บริหารในธุรกิจปัจจุบันจำนวนมากรู้ว่าการเป็นผู้นำด้านต้นทุน หรือการเสนอสินค้าที่มีลักษณะพิเศษเป็นสิ่งที่ไม่เพียงพอเสียแล้ว พวกเขาต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วด้วย การตอบสนองที่ช้ากว่าคู่แข่งนั้นอาจทำให้ลูกค้าหันไปใช้ทางเลือกอื่น

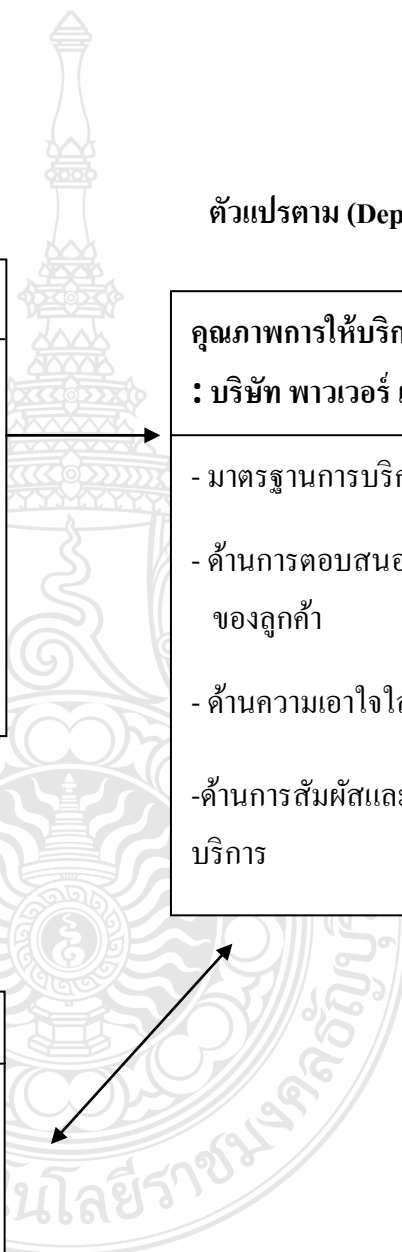
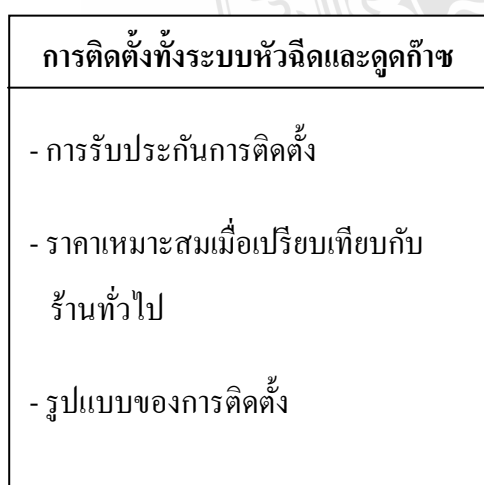
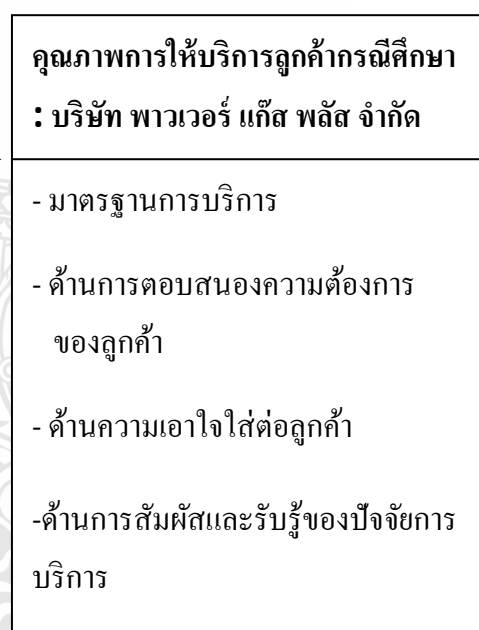
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการการติดตั้งแก๊สของบริษัท เพาเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน รวมทั้ง คุณภาพการบริการการติดตั้งแก๊ส ซึ่งสามารถแสดงเป็นภาพกรอบแนวคิดได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent variable)



ตัวแปรตาม (Dependent variable)



1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำผลที่ได้ไปช่วยในการวางแผนพัฒนาธุรกิจทางด้านความต้องการของลูกค้า
2. เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการให้เกิดประโยชน์ต่อบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลาสติก จำกัด



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารั้ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนด กรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

1. ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ
2. ทฤษฎีความพึงพอใจ
3. เกี่ยวกับบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีคุณภาพการบริการ

แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concept) เรื่องคุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือแนวคิดความ พึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (service quality) และคุณค่าของลูกค้า(customer value)(Cronin,and Taylor,1992;Oliver,1993;Ziethaml,Parasuraman,and Berry,1988) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าวความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการเป็นพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการ ที่ได้รับหรือเกิดขึ้น (Oliver, 1993)

แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดย โครนิน เทเลอร์ (Croninand Taylor, 1992)ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่านความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการ ได้รับบริการกับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มารับบริการและเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการ ได้ส่วนคุณภาพการให้ บริการใน มุมมองเชิงการตลาด

Cordupleski Rust and Zahorik (1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าคุณภาพการให้บริการเป็นส่วนขยายของบริการกระบวนการบริการและองค์กรที่ให้บริการที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคลแนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีก ท่านหนึ่งคือบิทเนอร์ (Bitner,1992) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่าคุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้โดยประการที่ได้กล่าวมาข้างต้นก่อให้เกิดกรอบการพิจารณา ตัวแบบการศึกษาคุณภาพการให้บริการ จากแนวคิดพื้นฐาน 3 แนวคิด กล่าวได้ในสองนัยยะ

นัยยะแรก คุณภาพการให้บริการสามารถพิจารณาได้จากทั้ง 3 องค์ประกอบหรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน

นัยยะที่สองคุณภาพการให้บริการพิจารณาได้จากตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเป็นหลักเช่นแนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ (servicequality) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้เขียนพบว่านักวิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสนใจทำการศึกษาคูณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลักคือแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าและแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใด อย่างหนึ่งโดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจในมิติต่างๆแนวคิด 2 เป็น การวัดคุณภาพการให้บริการตาม ตัวแบบ SERVQUAL ที่เสนอโดยซีเทมส์ พาราซูรามานและคณะ

ลักษณะของการบริการ ปณิศา ลัญชานนท์ (2548:163)ได้กล่าวถึงลักษณะบริการว่าสามารถจำแนกออกเป็น 4 ประการ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)

หมายความว่าผู้บริโภค(ลูกค้าที่คาดหวัง)ไม่สามารถรู้สึกมองเห็นได้ยื่นลิ้มรสหรือได้กลิ่นไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อเช่นการทำศัลยกรรมหรือการโดยสารบนเครื่องบินสิ่งเหล่านี้ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ผลของการบริการได้จนกว่าจะมีการผ่าตัดหรือการเดินทางจริงทำให้ผู้บริโภคพยายามจะแสวงหาสิ่งที่จะบ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการเพื่อให้ตัวเองเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการนั้นๆนักการตลาดจึงต้องพยายามทำให้บริการมีความสามารถจับต้องได้ให้มากที่สุดโดยโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดควรชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากบริการอย่างชัดเจนมากว่าที่จะเน้นตัวบริการเท่านั้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Serviceinseparability)

หมายความว่าการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในขณะเดียวกันในประเด็นนี้จะตรงข้ามกับการผลิตสินค้าซึ่งเริ่มจากการนำวัตถุดิบมาผลิตแล้วนำไปเก็บไว้ในคลังสินค้าและหลังจากที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจึงเกิดการบริโภคส่วนบริการนั้นเริ่มจากการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกันเช่นผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะตัดผมที่ร้านนี้แล้วช่างตัดผมจึงเริ่มกระบวนการผลิต (การตัดผม) และผู้บริโภคได้รับ ผมทรงใหม่ในขณะเดียวกัน

3. ไม่แน่นอน (Servicevariability)

กล่าวคือคุณภาพในการให้บริการจะผันแปรไปตามผู้ให้บริการและขึ้นอยู่กับว่าให้บริการเมื่อไหร่ที่ไหนและอย่างไรตัวอย่างภาพรวมการให้บริการของโรงแรมเมริออทอาจสูงกว่ามาตรฐานทั่วไปแต่การให้บริการของพนักงานภายในโรงแรมแต่ละคนอาจไม่เหมือนกันบางคนอาจให้บริการดีกว่าอีกคนหนึ่งซึ่งทำให้การให้บริการเกิดความไม่แน่นอน เป็นต้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บไว้ในโกดังหรือคลังสินค้าเมื่อบริการเกิดขึ้นนักการตลาดจะไม่สามารถเก็บไว้เพื่อขายหรือใช้ในภายหลังได้ความไม่สามารถเก็บไว้ได้และไม่เกิดปัญหาถ้าอุปสงค์ที่มีต่อบริการนั้นคงที่แต่เมื่ออุปสงค์ที่มีต่อบริการมีความผันผวนมากจะทำให้เกิดอุปสรรคในการบริหารเช่นในช่วงที่ไม่ใช่วันหยุดเทศกาลโรงแรมและรีสอร์ทต่าง ๆ จะคิดราคาห้องพักในระดับต่ำหรือกรณีของร้านอาหารจ้างพนักงานชั่วคราวเพื่อเสิร์ฟอาหารในช่วง ที่มีลูกค้ามาก

2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (gratification) ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรมได้ให้ความจำกัดความไว้ว่าหมายถึงความรู้สึกที่ดีมีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (need) หรือแรงจูงใจ (motivation) (Wolman, 1973)

ความพึงพอใจหมายถึงพอใจชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542 : 775) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ (Quirk, 1987)

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจความพึงพอใจจากการสรุปของวิรุพพรรณเทวี (2542 : 111) หมายถึงความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไรถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมี ความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อ ไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อยคณิต ดวงหส์ติ (2537) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่าหมายถึงความรู้สึกชอบหรือพอใจของบุคคลที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่น ๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้นตอบสนองความต้องการของบุคคลได้บุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจในงานขึ้นจะอุทิศเวลาแรงกายแรงใจรวมทั้งสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

เครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจจากการศึกษา รวบรวมและสรุปของ มีดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่เงินสิ่งของหรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบ กิจกรรมต่าง ๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable) คือสิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย

3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล

4. ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) คือความสัมพันธ์อันดีกับผู้ร่วมกิจกรรมอันจะทำให้เกิดความผูกพันความพึงพอใจและสภาพการเป็นอยู่ร่วมกันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคมซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบ กิจกรรม

แนวคิดความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจอารมณ์ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากความคาดหวังหรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้น สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล

2.3 ประวัติของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด เป็นศูนย์บริการติดตั้ง ระบบก๊าซ LPG และ NGV ไม่ว่าจะ เป็นเครื่องยนต์ เบนซิน หรือ ดีเซล โดยทีมงานช่างประสบการณ์สูง มีความชำนาญในการติดตั้งก๊าซรถยนต์ระบบหัวฉีดเป็นพิเศษ ประสบการณ์ในการติดตั้งก๊าซในรถยนต์ไม่ต่ำกว่า 2,000 คันบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด (ชื่อเดิม หจก. เจ. อาร์ อินคัสเตรียล แก๊ส) เริ่มเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการเมื่อ เดือนกันยายน 2549 และยื่นหยัดต่อสู้อกับภาวะ เศรษฐกิจและการเมือง โดยไม่มีการทอดทิ้งลูกค้าบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ใส่ใจเป็นอย่างยิ่งกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ โดยคัดสรรอุปกรณ์ติดตั้งหลัก จากยุโรปเท่านั้น นอกจากนี้เรายังให้ความสำคัญกับ การให้บริการหลังการขาย เป็นศูนย์บริการมาตรฐาน มีห้องรับรองลูกค้า มีความพร้อมในเรื่องของเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงาน ช่วยให้งานติดตั้งเรียบร้อย สวยงามและสิ่งที่สำคัญที่สุดคือความปลอดภัยและครบวงจรด้วยบริการซ่อมเครื่องยนต์ ช่วงล่าง เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ฯลฯ

เหตุผลที่ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกติดตั้งแก๊สกับ บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด คือ

- ศูนย์ติดตั้งระบบแก๊สรยนต์ LPG มาตรฐานยุโรปทั้งระบบดูด และระบบหัวฉีด ในระบบหัวฉีดเราเลือกใช้ อุปกรณ์ติดตั้งเป็นระบบ TSIC (Timed Sequential Injection Control) สำหรับเครื่องยนต์หัวฉีดโดยเฉพาะ โดยมี ECU (Electronic Control Unit) หรือกล่องสมองกลควบคุมการทำงานของเครื่องยนต์และ ระบบดูดก๊าซ (Fumination System) ที่เราพยายามคัดสรรเฉพาะผลิตภัณฑ์

มาตรฐานสูง ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก รวมถึง การติดตั้งที่ประณีต ใส่ใจทุกรายละเอียด เพื่อให้
เกิดปัญหาที่ตามมาหลังจากการติดตั้งให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด

- บริษัทฯ ขายของที่ตีมีคุณภาพใช้อุปกรณ์มาตรฐานยุโรป

- บริษัทฯ เลือกใช้ท่อทางก๊าซ ของนอกแท้ๆ ฉนวนหุ้ม 2 ชั้น มาตรฐานยุโรป ซึ่งมาตรฐาน
ความปลอดภัยสูงสุด

- บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการปรับปรุงเน้นการใช้งานจริง วิ่งจูน วิ่งจริง แรง-ประหยัด
สามารถปรับตามสไตส์การขับขี่ของลูกค้า

- บริษัทฯ มีราคาติดตั้งที่เป็นมาตรฐาน มีเงื่อนไขการรับประกันที่ชัดเจนนำเสนอก่อนเพื่อการ
ตัดสินใจ

- บริษัทฯ มีรับประกันผลงาน 1 ปีไม่จำกัดระยะทางในการให้บริการตรวจสอบอุปกรณ์ และ
ระบบท่อทางฟรี ทุกระยะ 6 เดือน หรือปีละ 2 ครั้ง

- บริษัทฯ ตระหนักถึงความรู้สึกของลูกค้า มากกว่ากำไร เมื่อลูกค้ามีปัญหาไม่ทอดทิ้ง ยินดี
แก้ไขให้ด้วยรอยยิ้มอย่างเต็มที่ ไม่เกรียดยไม่หงุดหงิดกับลูกค้า รับเงินมาแล้วก็รับผิดชอบด้วยเช่นกัน

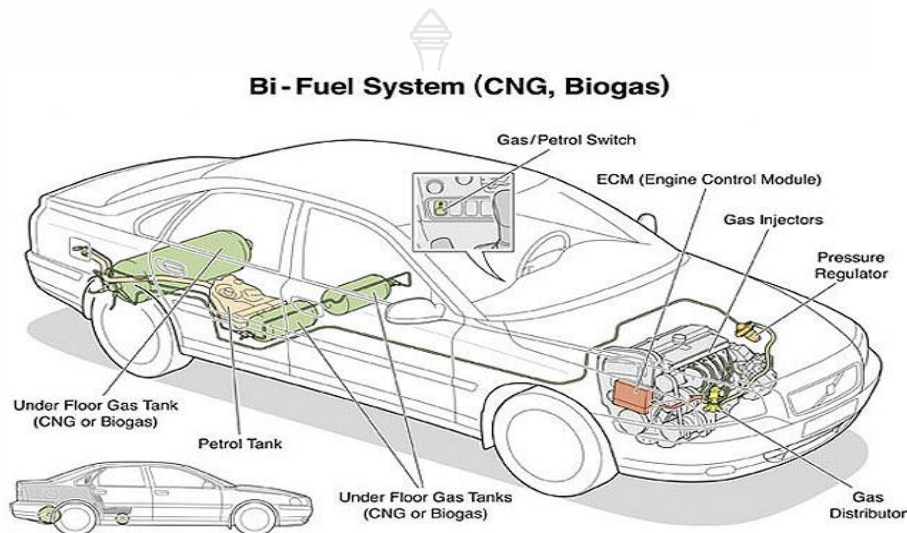
- บริษัทฯ สามารถออกเอกสารรับรองคุณภาพมาตรฐานการติดตั้งสำหรับการขออนุญาต กับ
กรมการขนส่งทางบกได้ การตรวจสอบกระทำโดยวิศวกรสามัญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบระบบก๊าซ
ประสบการณ์มากกว่า 20 ปี ที่ได้รับอนุญาตตัวจริง ตรวจสอบสภาพการทำงานและรอยรั่วซึมจริง ด้วย
เครื่องมือทันสมัย

- บริษัทฯ มีระบบ QC ที่เข้มข้นและไม่ประนีประนอมกับข้อบกพร่องเล็ก ๆ น้อย ๆ พร้อม
แก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นทันที

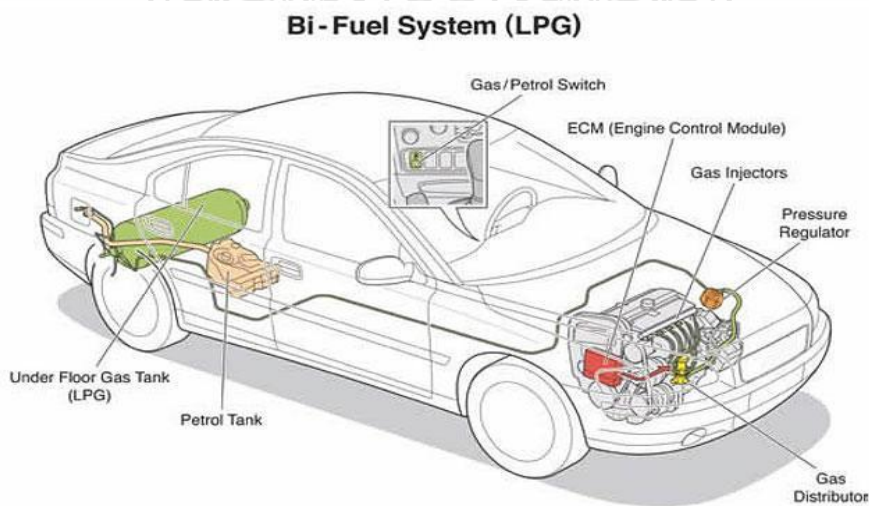
- บริษัทฯ ใช้อุปกรณ์แท้ และใหม่จริงติดตั้งอย่างครบถ้วนทุกรายการ ไม่มีการเอาของเก่าของ
ใช้แล้ว ใส้ให้บอกราคาแค่ไหน แค่นั้น ไม่มีบวกเพิ่มเติมภายหลัง

การทำงานระบบหัวฉีดแก๊สนั้นให้กำลังขับและอัตราเร่งของเครื่องยนต์ที่ใกล้เคียงกับการใช้น้ำมันเบนซินมากกว่าระบบจุดแก๊สส่วนการใช้ระบบจุดแก๊สในเครื่องยนต์เบนซินแบบหัวฉีดอาจจะมีการเผาไหม้ย้อนกลับหรือที่เรียกกันว่า(BackFire)ซึ่งผลกระทบที่ตามมาหลังการเกิดการเผาไหม้ย้อนกลับนั้นก็จะทำให้เสื้อไส้กรองอากาศหรือท่อไอดีแตกเสียหายได้ถ้าเป็นเครื่องยนต์รุ่นใหม่ ที่เสื้อไส้กรองอากาศพลาสติกด้วยแล้วโอกาสการแตกเสียหายยิ่งมากขึ้นไปอีกดังนั้นการเลือกชุดหัวฉีดที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์จะเป็นหนทางที่ดีกว่าหากจะเลือกติดตั้งชุดติดตั้งแก๊สระบบจุดกับเครื่องยนต์เบนซินระบบจุดและเลือกติดตั้งแก๊สระบบหัวฉีดกับเครื่องยนต์เบนซินระบบหัวฉีดถึงแม้ว่าราคาติดตั้งแก๊สระบบจุดจะมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับราคาติดตั้งแก๊สแต่ละร้าน) แต่ เมื่อเทียบ

ประสิทธิภาพที่ได้กลับมาแล้วต้องยอมรับว่าเครื่องยนต์แบบหัวฉีดแก๊สให้ประสิทธิภาพที่ใกล้เคียงกับน้ำมันเบนซินมากกว่าระบบจุดแก๊สและด้วยการปรับจูนที่ระบบจุดจะใช้เพียงความรู้สึกและประสบการณ์การปรับจูนในรุ่นนั้น ๆ แต่สำหรับระบบหัวฉีดจะใช้ระบบการปรับจูนด้วยคอมพิวเตอร์จึงทำให้ความรู้สึกไม่ต่างไปจากการขับด้วยน้ำมันเบนซิน มากนัก



ภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นถึงระบบติดตั้งของ NGV

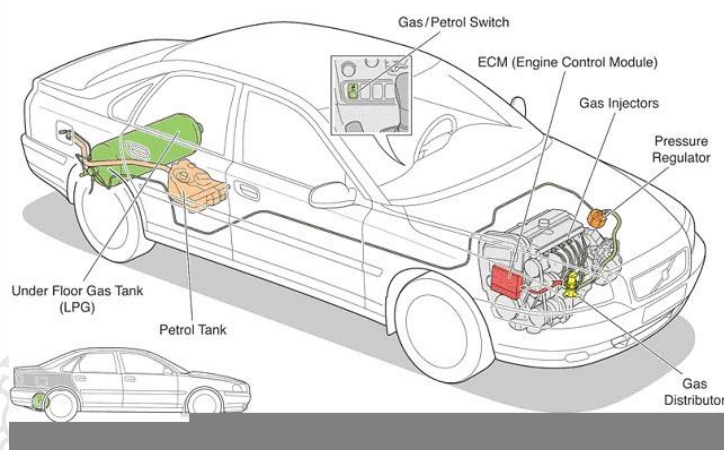


ภาพที่ 2.2 แสดงให้เห็นถึงระบบการติดตั้งแบบ LPG

สิ่งที่สำคัญที่สุดของการเลือกชุดติดตั้งแก๊สไม่ว่าจะเป็นระบบดูดแก๊สหรือระบบหัวฉีดแก๊ส ต้องพิจารณาจากการใช้จริงและคุ้มค่ากับการต้องบำรุงรักษาเครื่องยนต์ด้วยบางครั้งการที่ประหยัดตอนติดตั้ง อาจจะต้องมานั่งเสียใจกับค่าซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ก็เป็นได้

หลักการทำงานของ ระบบดูดแก๊ส (Fumigation System) ที่มีระบบควบคุมแบบธรรมดา (Mechanic Control) หรือแบบวงจรเปิด โดย NGV จากถังบรรจจะถูกปรับความดัน (Pressure Regulator) จาก 200 บาร์ ให้ลดต่ำลงเพื่อถูกดูดไปผสมกับอากาศ (Gas Mixer) บริเวณท่อร่วมไอดีในอัตราส่วนที่เหมาะสมกับการเผาไหม้ก่อนที่จะจ่ายเข้าเครื่องยนต์บางยี่ห้ออาจมี ชุดควบคุมการจ่ายแก๊สอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Control Unit: ECU) ควบคุมการจ่าย NGV เข้าสู่ห้องเผาไหม้ของเครื่องยนต์โดยแปรผันตามความเร็วรอบ ของเครื่องยนต์

SEQUENTIAL INJECTION SYSTEM



ภาพที่ 2.3 แสดงถึง หลักการทำงานของระบบหัวฉีด

1. ไม่เกิดปัญหาเรื่องหัวฉีดแก๊สเนื่องจากเป็นหัวฉีดแยกอิสระฉีดแก๊สลงสู่ห้องเผาไหม้โดยตรงไม่ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการเผาไหม้ย้อนกลับ (Back Fire) ซึ่งอาจทำให้กรองอากาศหรือท่อไอดีแตกเสียหายได้และช่วยประหยัดการใช้แก๊สได้
2. กำลังเครื่องยนต์ดีกว่า (ระบบดูด) เพราะหัวฉีดแก๊สจ่ายแก๊สในระยะทางสั้นแก๊สจะถูกส่งเข้าสู่ห้องเผาไหม้ได้รวดเร็วจ่ายแก๊สตามจังหวะการเร่งของเครื่องยนต์
3. ไม่เป็นอันตรายต่อเครื่องยนต์แน่นอนเพราะระบบจะสตาร์ทด้วยน้ำมันก่อนทุกครั้งแล้วจึงสลับมาเป็นแก๊สโดยอัตโนมัติเมื่ออุณหภูมิของน้ำร้อนถึงจุดที่ตั้งไว้เพียงสั่งการโดยเหยียบคันเร่งเท่านั้นทำให้ระบบการทำงานของน้ำมันยังคงทำงานอยู่ตามปกติและไม่ทำให้วาล์วสึกหรอ

เหมือนการใช้แก๊สในสมัย ก่อน

4. ระบบการทำงานแบบอัตโนมัติเครื่องยนต์เดินเรียบไม่จุกจิกใช้งานง่ายแม้จะไม่มีความรู้เรื่อง เครื่องยนต์หรือระบบแก๊สมาก่อน ควบคุมระบบการทำงานทั้งหมดด้วยกล่องสมองกล ECU ระบบแก๊ส ทำงานได้เที่ยงตรงและแม่นยำทำให้กำลังและอัตราเร่งใกล้เคียงน้ำมันหรือ กำลังเครื่องยนต์ Drop ลงน้อยที่สุด

5. ระบบหัวฉีด GAS ใช้กล่อง ECU GAS อยู่เพื่อความแม่นยำในการจ่ายแก๊สแตกต่างกัน ตรงที่จ่าย GAS นั้นจะเข้าที่ท่อร่วมไอดีในตำแหน่งที่ใกล้กับฝาสูบ ทำให้ไม่เกิด BACK FIRE ในท่อร่วมไอดี

ข้อดี ของการจ่าย GAS แบบนี้คือหากกลับมาใช้น้ำมันก็จะไม่ทำให้มีผลกระทบต่อระบบ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกรียงเดช (2542) รายงานผลการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของอำเภอ ด้านงานทะเบียนและบัตรประจำตัวประชาชนอำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี จากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจในการบริการของอำเภอด้านทะเบียนและบัตรประจำตัว ประชาชนในระดับปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่ให้บริการตามลำดับ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่ เพศ อาชีพ และประเภทของงานที่ผู้รับบริการ มาติดต่อ และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ คือ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรสประสบการณ์ในการมาขอรับบริการและความรู้ความเข้าใจใน งานด้านทะเบียนบัตรของผู้มารับบริการ

สวาท (2543) รายงานผลการศึกษาความพึงพอใจของญาติผู้ต้องขังต่อการให้บริการการเยี่ยม เยียนหรือติดต่อผู้ต้องขังเรือนจำกลางอุบลราชธานี จากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน พบว่าความพึงพอใจต่อ การบริการการเยี่ยมเยียนหรือติดต่อผู้ ต้องขังในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาราย ด้าน พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ รองลงมา คือ ด้านพนักงานเจ้าหน้าที่ให้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของญาติผู้ต้องขัง ได้แก่ เพศ อาชีพ และชั้นของผู้ต้องหาส่วนปัจจัย ที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส

พงษ์เทพ (2546) รายงานผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อ ซื้อบ้านพร้อมที่ดินของธนาคาร อาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความพึงพอใจ โดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อ บ้านพร้อมที่ดินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขต

กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจของลูกค้าต่อรูปแบบของสินค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์มากที่สุดคือในเรื่องระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ ขณะที่น้อยที่สุดคือในเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารเรียกเก็บและความพึงพอใจของลูกค้า ต่อรูปแบบการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์มากที่สุดคือในเรื่องธนาคารมีฐานะกิจการที่มั่นคงและ ภาพลักษณ์ที่เชื่อถือได้ น้อยที่สุดคือ ในเรื่องช่องทางการติดต่อกับธนาคาร

มรกต (2546) รายงานผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการบริการของแผนกสอบถามและรับรองที่นั่ง: ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานใหญ่ผลการศึกษา พบว่าผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อแผนกสอบถามและรับรอง ที่นั่ง ณ สำนักงานใหญ่ ใน 5 ด้าน คือ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองความมั่นใจความเข้าถึงจิตใจและ สิ่งที่ต้องได้อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง

รัชชชัย (2547) รายงานผลการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการการขออนุญาต ทำทางเชื่อมในเขตทางหลวงของสำนักทางหลวงที่ 3 ในพื้นที่จังหวัดสกลนครจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มา ติดต่อทั้งหมด 364 คน ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้าน ความสะดวกในระดับพึงพอใจมาก ขณะที่ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ด้านระยะเวลาการดำเนินการ ด้านคุณภาพในการให้บริการและด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและจากการศึกษายังพบว่าปัจจัยด้านรายได้และเพศของกลุ่มตัวอย่างไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ขณะที่ปัจจัยด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านการศึกษาและด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการ

นัทรชัย (2544) รายงานจากการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการของแผนกคลังพัสดุฝ่ายกักตุนและโภชนาการภายในประเทศ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า มิติด้านทรัพยากร มิติของคุณภาพของผลผลิตที่ให้บริการ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ส่วนมิติด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการและมิติด้านระบบการให้บริการ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ดี และไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ การศึกษา และรายได้กับความพึงพอใจต่อการให้บริการแผนกคลังพัสดุ

ประดับ (2542) รายงานจากการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการของสำนักทะเบียนอำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 183 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการรับบริการมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ที่ให้บริการ รองลงมา คือด้านระบบ บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ตามลำดับส่วนข้อมูลสภาพของผู้รับบริการที่มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอ คือ รายได้

ส่วนข้อมูล ด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประสบการณ์ในการขอรับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการ บริการของสำนักทะเบียนอำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา

จากเอกสารข้างต้น จะเห็นได้ว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการในด้านคุณภาพในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการและพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการมักจะขึ้นอยู่กับแนวทางการให้ บริการของผู้ให้บริการและ สภาพแวดล้อมในการบริการ รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลทั้งในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ประสบการณ์ในการขอรับบริการ ฯลฯ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีลักษณะเชิงพรรณนา เป็นการศึกษาแบบเชิงสำรวจ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ กรณีศึกษา บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการติดตั้งแก๊สกับบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการติดตั้งแก๊สกับบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ในช่วงระยะเวลา มกราคม – กุมภาพันธ์ 2555 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งมีสูตรคำนวณดังนี้

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

- เมื่อ
- n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนประชากร
 - z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากการเปิดตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน
 - e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น มีค่าเท่ากับ 0.05

ดังนั้นเมื่อแทนค่าในสูตรจะได้

$$n = \frac{1.96(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 385$$

ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 และเพื่อป้องกันการผิดพลาดในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดกลุ่ม ตัวอย่างอีก 15 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างพิจารณาตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการติดตั้งแก๊ส กับ บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed ended question) และปลายเปิด (Open-ended question) และมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับงานบริการติดตั้งแก๊ส
2. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย
3. รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยมีแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ ดังนี้

1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบ 2 ตัวเลือก (Two-way question) แบ่งเป็น

- (1) ชาย (2) หญิง

2. สถานภาพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal scale)

- (1) โสด (2) สมรส

ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice question) แบ่งเป็น

3. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice question) แบ่งเป็น

- | | |
|----------------------------|------------------------------|
| (1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | (2) อนุปริญญา/ปวส./เทียบเท่า |
| (3) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | (4) สูงกว่าปริญญาตรี |

4. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทบัญญัติ (Nominal scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดหลายตัวเลือก (Multiple choice) แบ่งเป็น

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| (1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | (2) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว |
| (3) เกษตรกรรม/ประมง | (4) พนักงานบริษัทเอกชน |
| (5) นักเรียน/นักศึกษา | (6) อื่นๆ ระบุ..... |

5. รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice question) แบ่งเป็น

- (1) ต่ำกว่า 10,000 บาท
- (2) 10,001 – 20,000 บาท
- (3) 20,001 – 30,000 บาท
- (4) 30,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการรับบริการติดตั้งแก๊ส กับ บริษัทฯ เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed ended question) โดยแบ่งความพึงพอใจของลูกค้าต่อการรับบริการออกเป็น

1. มาตรฐานการบริการ
2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3. ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า
4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยบริการ

ตอนที่ 3 ข้อมูลการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซ

1. การรับประกันการติดตั้ง
2. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับร้านค้าทั่วไป
3. รูปแบบของการติดตั้ง
4. บริการหลังการติดตั้ง

แบ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดระดับสเกลแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้ให้น้ำหนักของการประเมินค่าดังนี้

ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลข้อมูลอันตรภาคชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถามดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการรับบริการมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการรับบริการมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการรับบริการปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการรับบริการน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการรับบริการน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ

- นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำมาตรวจสอบความถูกต้อง

- นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีสัมประสิทธิ์ (Alpha-Coefficient)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้การวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาติดตั้งแก๊สกับบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แหล่งข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้มี 2 แหล่ง ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการติดตั้งแก๊ส กับบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูล เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกมาติดตั้งแก๊สกับบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมดมาตรวจสอบข้อมูลตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยก แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ตรวจถูกต้องมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้

3. การประมวลผลข้อมูลนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับ การวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ดังนี้

4.1 การแจกแจงความถี่และร้อยละใช้ในการอธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายระดับ ความพึงพอใจของประชาชนต่อการรับบริการการติดตั้งแก๊ส บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

5. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

5.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร สองกลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (Independent Sample t-test) สำหรับเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด จำแนกตามเพศและสถานภาพ

5.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า สองกลุ่มขึ้นไป ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด จำแนกตาม ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนกรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ในการทดสอบ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ : กรณีศึกษา บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ใช้ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาผลการศึกษาโดยผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

ส่วนที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการการติดตั้ง

ส่วนที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่และร้อยละ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

| ข้อมูลส่วนบุคคล | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------|-------|--------|
| 1. เพศ | | |
| ชาย | 231 | 57.8 |
| หญิง | 169 | 42.2 |
| รวม | 400 | 100.0 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลส่วนบุคคล | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|-------|--------|
| 2. สถานภาพสมรส | | |
| โสด | 260 | 65.0 |
| สมรส | 140 | 35.0 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| 3. ระดับการศึกษาสูงสุด | | |
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | 39 | 9.8 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | 78 | 19.5 |
| อนุปริญญา/ปวส./เทียบเท่า | 98 | 24.5 |
| ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 136 | 34.0 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 49 | 12.3 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| 4. อาชีพ | | |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 109 | 27.3 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 87 | 21.8 |
| เกษตรกรรม/ประมง | 86 | 21.5 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 77 | 19.3 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 35 | 8.8 |
| อื่น ๆ | 6 | 1.5 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| ข้อมูลส่วนบุคคล | จำนวน | ร้อยละ |
| 5. รายได้ต่อเดือน | | |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 64 | 16.0 |
| 10,001 - 20,000 บาท | 141 | 35.3 |
| 20,001 - 30,000 บาท | 115 | 28.8 |
| 30,001 บาทขึ้นไป | 80 | 20.0 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง มีผลการศึกษาดังนี้เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.8 ส่วนเพศ คิดเป็นร้อยละ 42.2

สถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น โสด คิดเป็นร้อยละ 65.0 ส่วนสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 35.0

ระดับการศึกษาสูงสุดพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส./เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 24.5 และอันดับสุดท้าย คือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 12.3

อาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 21.8 และเกษตรกรกรม/ประมงคิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.8 และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

การศึกษาคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ผู้วิจัยได้สอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ 2) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า 3) ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า 4) ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพ

การบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

(n=400)

| คุณภาพการบริการ | \bar{X} | S.D | ระดับคุณภาพการบริการ |
|--|-----------|-------|----------------------|
| 1. ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ | 3.29 | 0.59 | ปานกลาง |
| 2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า | 3.78 | 0.503 | มาก |
| 3. ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | 3.14 | 0.509 | ปานกลาง |
| 4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ | 3.37 | 0.579 | ปานกลาง |
| รวม | 3.40 | 0.37 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.2 พบว่าบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด มีคุณภาพการบริการโดยรวม ($\bar{X}=3.40$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับคุณภาพการบริการมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X}=3.78$) อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงจากมากไปน้อยคือ ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ ($\bar{X}=3.37$) ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ ($\bar{X}=3.29$) และด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า ($\bar{X}=3.14$)

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ

| ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | \bar{X} | S.D | ระดับคุณภาพการบริการ |
|---|------------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-----------|------|----------------------|
| | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | น้อยที่สุด | | | |
| | มากที่สุด | กลาง | | | | | | |
| 1. พนักงานปฏิบัติงานถูกต้องตามเงื่อนไขและข้อตกลง | 147 (36.8) | 97 (24.3) | 78 (19.5) | 54 (13.5) | 24 (6.0) | 3.72 | 1.25 | มาก |
| 2. บริษัทมีมาตรฐานในการรับรองคุณภาพการติดตั้ง | 20 (5.0) | 200 (50.0) | 134 (33.5) | 46 (11.5) | 0 (0.0) | 3.49 | 0.76 | มาก |
| 3. พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ | 13 (3.3) | 95 (23.8) | 188 (47.0) | 104 (26.0) | 0 (0.0) | 3.04 | 0.79 | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | \bar{X} | S.D | ระดับคุณภาพการบริการ |
|---|------------------|---------------|---------------|---------------|------------|-----------|------|----------------------|
| | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | น้อยที่สุด | | | |
| | มากที่สุด | กลาง | | | | | | |
| 4. พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างละเอียดรอบคอบ | 13 (3.3) | 95 (23.8) | 188 (47.0) | 104 (26.0) | 0 (0.0) | 3.04 | 0.79 | ปานกลาง |
| 5. บริษัทฯ มีมาตรฐานให้บริการ | 0 (0.0) | 120 (30.0) | 214 (53.5) | 66 (16.5) | 0 (0.0) | 3.14 | 0.67 | ปานกลาง |
| รวม | | | | | | 3.29 | 0.59 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด มีคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ ($\bar{X}=3.29$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานปฏิบัติงานถูกต้องตามเงื่อนไขและข้อตกลง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=3.72$) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ บริษัทมีมาตรฐานในการรับรองคุณภาพการติดตั้ง ($\bar{X}=3.49$) อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง คือ บริษัทฯ มีมาตรฐานให้การให้บริการ ($\bar{X}=3.14$) และพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้กับพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างละเอียดรอบคอบ ($\bar{X}=3.14$)

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

| ด้านการตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า | ระดับความพึงพอใจ | | | | | \bar{X} | S.D | ระดับ คุณภาพการ บริการ |
|---|------------------|---------------|---------------|--------------|----------------|-----------|------|------------------------------|
| | มาก ที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด | | | |
| | | | | | | | | |
| 1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ในการพูดคุยและตอบคำถาม กับลูกค้าทุกรายที่เข้ามารับ บริการ | 149 (37.3) | 157 (39.3) | 80 (20.0) | 10 (2.5) | 4 (1.0) | 4.09 | 0.87 | มาก |
| 2. พนักงานให้บริการอย่าง ต่อเนื่องแม้ว่าจะเป็นเวลา นอกการปฏิบัติงาน (ติดต่อได้ 24 ชม) | 7 (1.8) | 117 (29.3) | 183 (45.8) | 93 (23.3) | 0 (0.0) | 3.10 | 0.77 | ปานกลาง |
| 3. พนักงานมีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการแก่ลูกค้า | 104 (26.0) | 173 (43.3) | 99 (24.8) | 18 (4.5) | 6 (1.5) | 3.88 | 0.90 | มาก |
| 4. ในกรณีลูกค้ามีปัญหาเฉพาะ หน้า บริษัทฯจัดบุคลากร โดยเฉพาะเพื่อแก้ปัญหา ให้ลูกค้าได้ทันที | 83 (20.8) | 216 (54.0) | 92 (23.0) | 9 (2.3) | 0 (0.0) | 3.93 | 0.72 | มาก |
| 5. สถานที่เข้ารับบริการ สะดวกสบาย | 102 (25.5) | 188 (47.0) | 94 (23.5) | 10 (2.5) | 6 (1.5) | 3.93 | 0.85 | มาก |
| รวม | | | | | | 3.78 | 0.50 | มาก |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด มีคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X}=3.78$) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการพูดคุยและตอบคำถามกับลูกค้าทุกรายที่เข้ามาใช้บริการ ($\bar{X}=4.09$) รองลงมา คือสถานที่เข้ารับบริการสะดวกสบาย ($\bar{X}=3.93$) ในกรณีลูกค้ามีปัญหาเฉพาะหน้า บริษัทฯ จัดบุคลากรโดยเฉพาะเพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันที ($\bar{X}=3.93$) และพนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ($\bar{X}=3.88$) ซึ่งมีความพึงพอใจการบริการอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ส่วนลำดับสุดท้าย คือพนักงานให้บริการอย่างต่อเนื่องแม้ว่าจะเป็นเวลานอกการปฏิบัติงาน (ติดต่อกันได้ 24 ชม) ($\bar{X}=3.10$) มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า

| ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | ระดับความพึงพอใจ | | | | | \bar{X} | S.D | ระดับคุณภาพการบริการ |
|---|------------------|---------------|---------------|---------------|------------|-----------|------|----------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | |
| 1. บริษัทฯ ได้มีการแจ้งเตือนรอบเข้ารับการตรวจเช็ค | 13 (3.3) | 95 (23.8) | 188 (47.0) | 104 (26.0) | 0 (0.0) | 3.04 | 0.79 | ปานกลาง |
| 2. ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลจะมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอ | 0 (0.0) | 120 (30.0) | 214 (53.5) | 66 (16.5) | 0 (0.0) | 3.14 | 0.67 | ปานกลาง |
| 3. บริษัทได้นำความคิดเห็นของผู้รับบริการมาปรับปรุงให้ลูกค้าอย่างจริงจัง | 13 (3.3) | 149 (37.3) | 163 (40.8) | 75 (18.8) | 0 (0.0) | 3.25 | 0.79 | ปานกลาง |
| รวม | | | | | | 3.14 | 0.51 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.5 พบว่าบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด มีคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า ($\bar{X}=3.14$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บริษัทได้นำความคิดเห็นของผู้รับบริการมาปรับปรุงให้ลูกค้าอย่างจริงจัง ($\bar{X}=3.25$) รองลงมาคือ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลจะมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอ ($\bar{X}=3.04$) และบริษัทฯ ได้มีการแจ้งเตือนรอบเข้ารับการตรวจเช็ค (ติดต่อกันได้ 24 ชม) ($\bar{X}=3.04$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ

(n=400)

| ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | \bar{X} | S.D | ระดับคุณภาพการบริการ |
|--|------------------|---------------|---------------|--------------|-------------|-----------|------|----------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | |
| 1. มีรถให้ใช้ระหว่างเข้ารับบริการ | 0 (0.0) | 120 (30.0) | 214 (53.5) | 66 (16.5) | 0 (0.0) | 3.14 | 0.67 | ปานกลาง |
| 2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าระหว่างรอการติดตั้ง | 52 (13.0) | 202 (50.5) | 98 (24.5) | 35 (8.8) | 13 (3.3) | 3.61 | 0.93 | มาก |
| รวม | | | | | | 3.37 | 0.58 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด มีคุณภาพการบริการด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ ($\bar{X}=3.37$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก คือมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าระหว่างรอการติดตั้ง ($\bar{X}=3.61$) และข้อที่มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีรถให้ใช้ระหว่างเข้ารับบริการ ($\bar{X}=3.14$)

ส่วนที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

(n=400)

| การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | \bar{X} | S.D | ระดับคุณภาพการบริการ |
|---------------------------------------|------------------|---------------|---------------|-------------|------------|-----------|------|----------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | |
| 1. การรับประกันการติดตั้ง | 20 (5.0) | 213 (53.3) | 149 (37.3) | 18 (4.5) | 0 (0.0) | 3.59 | 0.66 | มาก |
| 2. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับร้านทั่วไป | 5 (1.3) | 262 (65.5) | 118 (29.5) | 15 (3.8) | 0 (0.0) | 3.64 | 0.57 | มาก |

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีด และคู่มือก๊าซ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | \bar{X} | S.D | ระดับ คุณภาพการ บริการ |
|---|------------------|---------------|---------------|--------------|------------|-----------|------|------------------------------|
| | มาก | มาก | ปาน | น้อย | น้อย | | | |
| | ที่สุด | | กลาง | | ที่สุด | | | |
| 3. รูปแบบของการติดตั้ง | 5 (1.3) | 309 (77.3) | 85 (21.3) | 1 (0.3) | 0 (0.0) | 3.80 | 0.44 | มาก |
| 4. บริการหลังการติดตั้ง | 6 (1.5) | 120 (30.0) | 179 (44.8) | 95 (23.8) | 0 (0.0) | 3.09 | 0.77 | ปานกลาง |
| รวม | | | | | | 3.53 | 0.36 | มาก |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและคู่มือก๊าซของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ($\bar{X}=3.53$) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ รูปแบบของการติดตั้ง ($\bar{X}=3.64$) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับร้านทั่วไป ($\bar{X}=3.64$) การรับประกันการติดตั้ง ($\bar{X}=3.59$) ตามลำดับ ส่วนบริการหลังการติดตั้ง ($\bar{X}=3.09$) อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้หาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด โดยสถิติที่นำมาวิเคราะห์ในครั้งนี้ได้แก่ค่า t-test ใช้สำหรับทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งเป็น 2 กลุ่ม และ One-Way ANOVA สำหรับทดสอบความแตกต่างกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญไว้ที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดจำแนกตามเพศ

| คุณภาพการบริการ | ชาย (n=231) | | หญิง (n=196) | | t | Sig. |
|---|--|------|-----------------|------|--------|---------------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| | 1. ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ | 3.39 | 0.45 | 3.14 | | |
| 2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า | 3.75 | 0.52 | 3.84 | 0.47 | -1.739 | 0.083 |
| 3. ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | 3.25 | 0.43 | 3.00 | 0.57 | 4.928 | 0.000* |
| 4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ | 3.50 | 0.56 | 3.21 | 0.56 | 5.072 | 0.000* |
| รวม | 3.47 | 0.32 | 3.29 | 0.40 | 4.729 | 0.000* |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ของลูกค้าที่มีเพศต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมากกว่าเพศหญิง

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเกือบทุกด้านมีความแตกต่างในค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างเพศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด จำแนกตามสถานภาพ

| คุณภาพการบริการ | โสด (n=260) | | สมรส (n=140) | | t | Sig. |
|---|--|------|-----------------|------|--------|---------------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| | 1. ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ | 3.38 | 0.50 | 3.12 | | |
| 2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า | 3.72 | 0.53 | 3.90 | 0.43 | -3.284 | 0.001* |
| 3. ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | 3.23 | 0.45 | 2.97 | 0.57 | 4.661 | 0.000 |
| 4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ | 3.44 | 0.59 | 3.24 | 0.54 | 3.359 | 0.001* |
| รวม | 3.44 | 0.34 | 3.31 | 0.40 | 3.367 | 0.001* |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ของลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกันโดยสถานภาพโสดมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมากกว่า สถานภาพสมรส

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านพบความแตกต่างในค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา

| คุณภาพการบริการ | (n=400) | | | | | | | | | | F | Sig. |
|--|--|------|--|------|------------------------------|------|----------------------|------|--------------------------------|------|-------|-------|
| | ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย (n=39) | | มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. (n=78) | | อนุปริญญา/ ปวส. (n=98) | | ปริญญาตรี (n=136) | | สูงกว่า ปริญญาตรี (n=49) | | | |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| 1. ด้านความเชื่อถือได้ของ คุณลักษณะหรือมาตรฐาน การบริการ | 3.32 | 0.58 | 3.27 | 0.61 | 3.28 | 0.60 | 3.28 | 0.58 | 3.3 | 0.56 | 0.077 | 0.989 |
| 2. ด้านการตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า | 3.85 | 0.41 | 3.76 | 0.48 | 3.77 | 0.56 | 3.79 | 0.47 | 3.78 | 0.58 | 0.198 | 0.939 |
| 3. ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | 3.25 | 0.56 | 3.15 | 0.54 | 3.17 | 0.52 | 3.07 | 0.48 | 3.18 | 0.45 | 1.266 | 0.283 |
| 4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ ของปัจจัยการบริการ | 3.44 | 0.55 | 3.28 | 0.65 | 3.40 | 0.58 | 3.40 | 0.53 | 3.37 | 0.61 | 0.769 | 0.546 |
| รวม | 3.46 | 0.37 | 3.36 | 0.41 | 3.40 | 0.38 | 3.38 | 0.33 | 3.40 | 0.37 | 0.527 | 0.716 |

จากตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านไม่พบความแตกต่างในค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 10)

สมมติฐานที่ 4 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด จำแนกตามอาชีพ

(n=400)

| คุณภาพการบริการ | ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (n=109) | | ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัวและ อื่น ๆ (n=93) | | เกษตรกร/ ประมง (n=86) | | พนักงาน บริษัทเอกชน (n=77) | | นักเรียน/ นักศึกษา (n=35) | | F | Sig. |
|--|--------------------------------------|------|---|------|-----------------------------|------|----------------------------------|------|---------------------------------|------|-------|-------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| 1. ด้านความเชื่อถือได้ของ คุณลักษณะหรือมาตรฐาน การบริการ | 3.36 | 0.58 | 3.25 | 0.50 | 3.24 | 0.63 | 3.34 | 0.58 | 3.13 | 0.65 | 1.527 | 0.193 |
| 2. ด้านการตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า | 3.86 | 0.47 | 3.79 | 0.48 | 3.77 | 0.49 | 3.69 | 0.55 | 3.81 | 0.58 | 1.246 | 0.291 |
| 3. ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | 3.18 | 0.49 | 3.13 | 0.51 | 3.14 | 0.54 | 3.17 | 0.50 | 3.02 | 0.51 | 0.709 | 0.586 |
| 4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ ของปัจจัยการบริการ | 3.37 | 0.58 | 3.41 | 0.56 | 3.33 | 0.65 | 3.38 | 0.57 | 3.40 | 0.48 | 0.281 | 0.890 |
| รวม | 3.44 | 0.35 | 3.39 | 0.36 | 3.36 | 0.41 | 3.40 | 0.36 | 3.33 | 0.36 | 0.706 | 0.588 |

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ของลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 4.11)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านไม่พบความแตกต่างในค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 4.11)

สมมติฐานที่ 5 ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด จำแนกรายได้ต่อเดือน

| คุณภาพการบริการ | (n=400) | | | | | | | | | |
|--|------------------------------|------|--------------------------------|------|--------------------------------|------|----------------------------|------|-------|-------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=64) | | 10,001 - 20,000 บาท (n=141) | | 20,001 - 30,000 บาท (n=115) | | 30,001 บาทขึ้นไป (n=80) | | F | Sig. |
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| 1. ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ | 3.25 | 0.60 | 3.27 | 0.62 | 3.37 | 0.52 | 3.23 | 0.60 | 1.094 | 0.351 |
| 2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า | 3.81 | 0.60 | 3.78 | 0.48 | 3.76 | 0.45 | 3.81 | 0.55 | 0.241 | 0.868 |
| 3. ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | 3.16 | 0.48 | 3.16 | 0.54 | 3.12 | 0.50 | 3.14 | 0.49 | 0.166 | 0.919 |
| 4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ | 3.45 | 0.56 | 3.40 | 0.56 | 3.33 | 0.61 | 3.33 | 0.59 | 0.718 | 0.542 |
| รวม | 3.42 | 0.38 | 3.40 | 0.38 | 3.39 | 0.35 | 3.37 | 0.36 | 0.141 | 0.936 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ของลูกค้าที่มีรายได้อื่นๆ โดยใช้สถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ลูกค้าที่มีรายได้อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านไม่พบความแตกต่างในค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างรายได้อื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 6 การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส

H_0 : การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส

H_1 : การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซกับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส

| คุณภาพการบริการ | Pearson Correlation | Sig. | ระดับ ความสัมพันธ์ |
|--|------------------------|----------------|-----------------------|
| 1. ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ | 0.134 | 0.007** | ต่ำ |
| 2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า | 0.040 | 0.419 | ต่ำ |
| 3. ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | 0.138 | 0.006** | ต่ำ |
| 4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ | 0.051 | 0.311 | ต่ำ |
| รวม | 0.135 | 0.007** | ต่ำ |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 พบว่า ค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เท่ากับ 0.135 นั่นคือ การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัสระดับต่ำ โดยความพึงพอใจต่อการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมากจะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัสมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

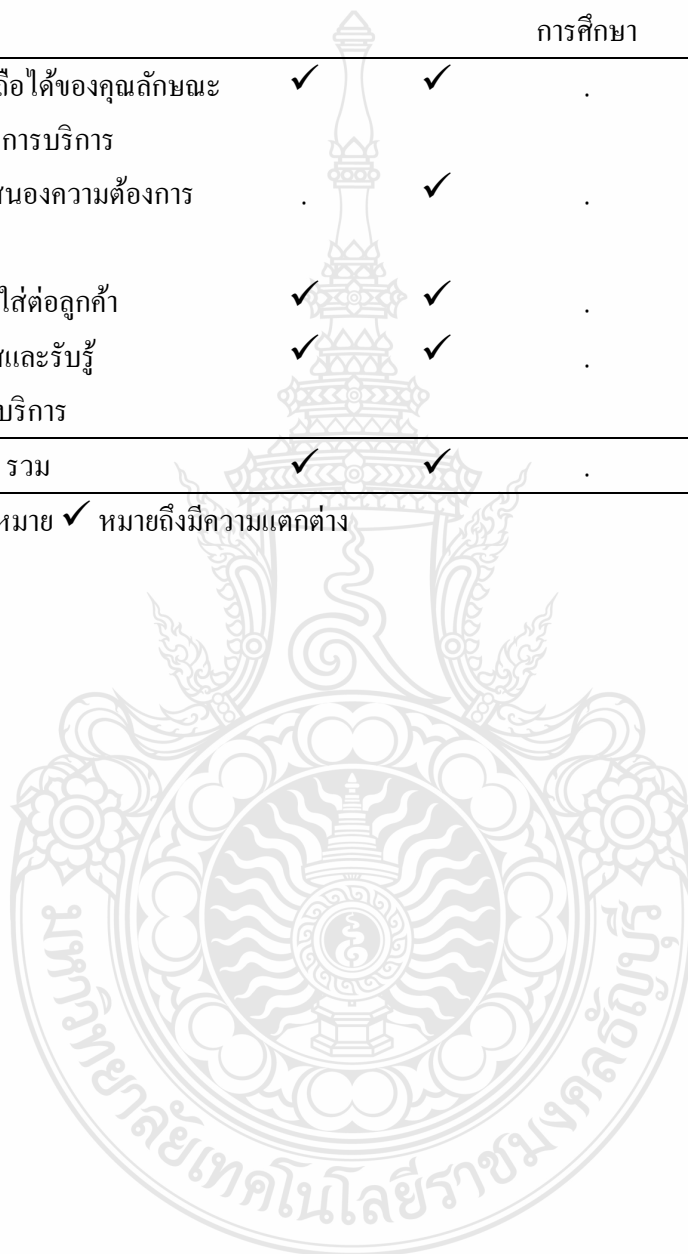
การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซกับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการและด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.134 และ 0.138 ตามลำดับ

ส่วนด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ พบว่า การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.14 สรุปผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท
พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด จำกััดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

| คุณภาพการบริการ | ปัจจัยส่วนบุคคล | | | | |
|--|-----------------|---------|---------------|-------|----------------|
| | เพศ | สถานภาพ | ระดับการศึกษา | อาชีพ | รายได้ต่อเดือน |
| 1. ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ | ✓ | ✓ | . | . | . |
| 2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า | . | ✓ | . | . | . |
| 3. ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | ✓ | ✓ | . | . | . |
| 4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ | ✓ | ✓ | . | . | . |
| รวม | ✓ | ✓ | . | . | . |

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึงมีความแตกต่าง



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ : กรณีศึกษา บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำนวน 400 ตัวอย่าง แบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน และใช้สถิติ t-test และ One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานมีผลการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานที่ 1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.80 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานที่ 2 ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 65.00 โดยสถานภาพ โสดมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมากกว่า สถานภาพสมรส

สมมติฐานที่ 3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านไม่พบความแตกต่างในค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างระดับการศึกษา

สมมติฐานที่ 4 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 27.3 โดยลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์

แก๊ส พลัส จำกัด ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้าน ไม่พบความแตกต่างในค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างอาชีพ

สมมติฐานที่ 5 ลูกค้ำที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกันส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.30 โดยลูกค้ำที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้าน ไม่พบความแตกต่างในค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างรายได้ต่อเดือน

สมมติฐานที่ 6 การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส โดยความพึงพอใจต่อการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมากจะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซกับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการและด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้ำ มีความสัมพันธ์กันเป็นไปในทิศทางเดียวกันส่วนด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้ำ และด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ พบว่า การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซ ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส

2. คุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด มีคุณภาพการบริการโดยรวม ($\bar{X}=3.36$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับคุณภาพการบริการมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้ำ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงจากมากไปน้อยคือ ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ และด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้ำตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ำต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศและสถานภาพ ส่วนระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ำต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

และการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซกับคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการและด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ : กรณีศึกษา บริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด มีประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อาจเป็นเพราะพนักงานของบริษัทสามารถบริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าจึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไพรพนา (2544) กล่าวว่า การบริการ คือกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไม่ตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

2. จากการศึกษาที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีที่บริษัทมีมาตรฐานในการรับรองคุณภาพการติดตั้ง อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด มีศูนย์ติดตั้งระบบแก๊สรถยนต์ LPG มาตรฐานยุโรปทั้งระบบชุด และระบบหัวฉีด ในระบบหัวฉีดเราเลือกใช้ อุปกรณ์ติดตั้งเป็นระบบ TSIC (Timed Sequential Injection Control) สำหรับเครื่องยนต์หัวฉีดโดยเฉพาะ โดยมี ECU (Electronic Control Unit) หรือกล่องสมองกลควบคุมการทำงานของเครื่องยนต์และ ระบบชุดก๊าซ (Fumination System) ที่เราพยายามคัดสรรเฉพาะผลิตภัณฑ์มาตรฐานสูง ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก รวมถึง การติดตั้งที่ประณีต ใ้ใจทุกรายละเอียด เพื่อให้เกิดปัญหาที่ตามมาหลังจากการติดตั้งให้เกิดขึ้นน้อยที่สุดและสามารถออกเอกสารรับรองคุณภาพมาตรฐานการติดตั้งสำหรับการขออนุญาต กับกรมการขนส่งทางบกได้ การตรวจสอบกระทำโดยวิศวกรสามัญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบระบบก๊าซประสบการณ์มากกว่า 20 ปี ที่ได้รับอนุญาตตัวจริง ตรวจสอบสภาพการทำงานและรอยรั่วซึมจริง ด้วยเครื่องมือทันสมัย

3. จากการศึกษาที่พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกันโดยเพศชายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเพศชายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องรถและกลไกมากกว่าเพศหญิง จึงทำให้การสื่อสารกับพนักงานง่าย และเข้าใจมากกว่าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman และคณะ (1991) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการและกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นก็ย่อมจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในบริการนั้น

4. จากการศึกษาที่พบว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานของบริษัทให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะมีการศึกษาระดับไหน ทำงานอะไร ซึ่งสอดคล้องกับ พงษ์เทพ (2546) กล่าวว่า หลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความสะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด คือการให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอ

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. บริษัทควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้า โดยการนำเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้เพื่อความรวดเร็วในการบริการและการบริการที่มีคุณภาพมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทมากขึ้น

2. บริษัทควรจัดให้มีการฝึกอบรมทางด้านเทคนิคให้แก่พนักงานเป็นประจำและต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความสามารถทางด้านเทคนิคเพิ่มมากขึ้นและเมื่อมีการบริการแก่ลูกค้าสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ นอกจากนี้ควรมีการอบรมเทคนิคการบริการเพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนึกในการให้บริการ ที่สำคัญควรปลูกฝังหรือสร้างทัศนคติที่ดีให้กับพนักงานในการมีมนุษยสัมพันธ์ มีความสุภาพ ซื่อสัตย์และให้บริการด้วยความรวดเร็ว นอกจากนี้พนักงานในร้านควรมีความจำนนเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า

3. บริษัทควรนำความคิดเห็นของผู้รับบริการมาปรับปรุงให้ลูกค้าอย่างจริงจัง เพื่อสามารถบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

4. บริษัทควรให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของสถานที่ให้บริการ และห้องน้ำโดยการจัดให้มีห้องน้ำสำหรับผู้ให้บริการแยกส่วนจากห้องน้ำของพนักงาน และมีการดูแลทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อความสะอาดและถูกสุขลักษณะ

5. ห้องพักรับรองควรมีที่นั่งเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า มีบริการมุมหนังสือ โทรทัศน์ หรือคอมพิวเตอร์ สำหรับเป็นมุมพักผ่อนขณะลูกค้ารอรับรถ

6. บริษัทควรแจ้งราคาให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการให้ทราบทุกครั้งในการเข้ารับบริการ โดยการติดป้ายบอกราคาค่าบริการแต่ละประเภทให้ชัดเจน และทางร้านควรมีราคาค่าบริการต่อครั้งที่ชัดเจนและเหมาะสม หากมีการปรับเปลี่ยนราคา ควรชี้แจงให้ลูกค้าทราบถึงเหตุผลที่ต้องปรับเปลี่ยน และมีการชี้แจงให้ลูกค้าทราบถึงแต่ละประเภทของบริการเสริม ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร รวมถึงการชำระเงินควรเพิ่มช่องทางต่าง ๆ ในการชำระเงิน

7. ผู้ศึกษาพบว่า เพศชายแลเพศหญิงมีความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัดแตกต่างกัน ดังนั้นพนักงานควรให้ความสนใจต่อลูกค้าเพศหญิงซึ่งอาจจะไม่เข้าใจทางเทคนิคของรถยนต์เมื่อเข้ารับบริการ

8. ผู้ศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซมากจะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัสมาก ดังนั้น บริษัทควรให้ความสำคัญกับการติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซโดยมีการรับประกันสินค้า บริการที่ดีและมีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัสมากขึ้น

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความคิดเห็นหรือทัศนคติของลูกค้าในการเลือกใช้บริการธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงร้านให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์ ร้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาบริษัทต่อไป

บรรณานุกรม

- กาญจนา อรุณสอนศรี. 2546. ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์
การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอชัยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. คณะเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กิตติมา ปรีดีลภ. 2529. ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธนะการพิมพ์.
- กุลชน ธนาพงศธร. 2528. การบริหารบุคคล. เอกสารการสอนชุดวิชา 304 หน่วยที่ 6-16.
พิมพ์ครั้งที่ 4. สาขาวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นัทรชัย คงสุข. 2535. ความพึงพอใจของผู้รับบริการของแผนกคลังพัสดุ ฝ่ายกักตุนและ
โภชนาการภายในประเทศ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย. 2528. ผลสำเร็จในการดำเนินงานของโครงการพัฒนาชนบทระดับหมู่บ้าน:
ศึกษาเฉพาะกรณี ในจังหวัดลำปางและสกลนคร เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์
รูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาชนบทแบบผสมผสาน. รายงานการประชุม
ทางวิชาการ ครั้งที่ 23 (สาขาสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เดชศักดิ์ สานติวิวัฒน์ และเยาวพร สานติวิวัฒน์. 2548. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการ
บริการของห้องสมุดสมนึก พุทธทรัพย์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
ว. วิทยบริการ.
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. 2540. พฤติกรรมองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช.
- นภารัตน์ เสือจงพรู. 2544. ปัจจัยที่มีผลประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานประจำ
สำนักงานบริการโทรศัพท์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. 2539. วิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด พี. เอ็น. การพิมพ์.
- พงษ์เทพ สันติพันธ์. 2546. ความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านพร้อม
ที่ดินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พิทักษ์ ทรัพย์ทิพย์. 2538. ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ กรุงเทพมหานคร: ศึกษากรณีสำนักงานเขตยานนาวา. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท. สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์.
- ไพโรพนา ศรีเสนา. 2544. ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการในงานผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2542. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.
- รัชยา กุลวานิชไชยนันท์. 2535. ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ตาม นโยบายประกันสังคม: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท. สถาบันเทคโนโลยีสังคม (เกริก).
- Kotler, E. L. 2000. **A dictionary for accounts.** Englewood Cliffs. New Jersey.
- Kotler, E. L. and H. L. Armstrong. 2002. **Citizen evaluation and urban management: Services delivery in an era of protest.** Harper & Row. New York.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithamal, and L.L. Berry. 1991. **Understanding measuring and improving service quality finding from a multiphase research program.** Massachusetta : Lexington.

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการกับลูกค้าในธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์
คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดขึ้นเพื่อการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการรับบริการติดตั้งแก๊ส กับ บริษัทฯ เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed ended question) โดยแบ่งความพึงพอใจของประชาชนต่อการรับบริการ ดังนี้

1. มาตรฐานการบริการ
2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3. ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า
4. ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการต่อการติดตั้งแก๊สทั้งระบบหัวฉีดและชุดก๊าซแบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนที่มารับบริการติดตั้งแก๊สเป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการงานติดตั้งแก๊สกับบริษัท พาวเวอร์ แก๊ส พลัส จำกัด

การตอบแบบสอบถามครั้งนี้เพื่อการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบต่อการตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปเสนอในงานวิจัยต่อไป
ขอบคุณที่ท่านได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย X ลงในกล่องข้อความที่ท่านเลือก ตามความเป็นจริง

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยมีแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ ดังนี้

1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบ 2 ตัวเลือก (Two-way question) แบ่งเป็น

- (1) ชาย (2) หญิง

2. สถานภาพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice question) แบ่งเป็น

- (1) โสด (2) สมรส

3. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice question) แบ่งเป็น

- (1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (2) อนุปริญญา/ปวส./เทียบเท่า
 (3) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (4) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทบัญญัติ (Nominal scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดหลายตัวเลือก (Multiple choice) แบ่งเป็น

- (1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (2) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
 (3) เกษตรกรรม/ประมง (4) พนักงานบริษัทเอกชน
 (5) นักเรียน/นักศึกษา (6) อื่นๆ ระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice question) แบ่งเป็น

- (1) ต่ำกว่า 10,000 บาท
 (2) 10,001 – 20,000 บาท
 (3) 20,001 – 30,000 บาท
 (4) 30,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจติดตั้งแก๊ส
คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับคุณภาพการบริการท้ายข้อความต่อไปนี้ ตามความคิดเห็น
 ของท่าน

| ลำดับ | คุณภาพการบริการ | ระดับคุณภาพการบริการ | | | | |
|----------|---|----------------------|-----|---------|------|------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1 | ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ | | | | | |
| 1.1 | พนักงานปฏิบัติงานถูกต้องตามเงื่อนไขและข้อตกลง | | | | | |
| 1.2 | บริษัทมีมาตรฐานในการรับรองคุณภาพการติดตั้ง | | | | | |
| 1.3 | พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยได้ | | | | | |
| 1.4 | พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างละเอียดรอบคอบ | | | | | |
| 1.5 | บริษัทฯ มีมาตรฐานให้การให้บริการ | | | | | |
| 2 | ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า | | | | | |
| 2.1 | พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการพูดคุยและตอบคำถาม กับลูกค้าทุกรายที่เข้ามาใช้บริการ | | | | | |
| 2.2 | พนักงานให้บริการอย่างต่อเนื่องแม้ว่าจะเป็นเวลา นอกการปฏิบัติงาน (ติดต่อได้ 24 ชม) | | | | | |
| 2.3 | พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า | | | | | |
| 2.4 | ในกรณีลูกค้ามีปัญหาเฉพาะหน้า บริษัทฯ จัดบุคลากร โดยเฉพาะเพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันที | | | | | |
| 2.5 | สถานที่เข้ารับบริการสะดวกสบาย | | | | | |
| 3 | ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า | | | | | |
| 3.1 | บริษัทฯ ได้มีการแจ้งเตือนรอบเข้ารับการตรวจเช็ค | | | | | |
| 3.2 | ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลจะมีการแจ้ง ให้ลูกค้าทราบเสมอ | | | | | |
| 3.3 | บริษัท ได้นำความคิดเห็นของผู้รับบริการมาปรับปรุงให้ ลูกค้าอย่างจริงจัง | | | | | |
| 4 | ด้านการสัมผัสและรับรู้ของปัจจัยการบริการ | | | | | |
| 4.1 | มีรถให้ใช้ระหว่างเข้ารับบริการ | | | | | |
| 4.2 | มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าระหว่างรอการติดตั้ง | | | | | |

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการต่อรูปแบบการติดตั้งแก๊ส

คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับคุณภาพการบริการท้ายข้อความต่อไปนี้ ตามความคิดเห็นของท่าน

| ลำดับ | คุณภาพการบริการ | ระดับคุณภาพการบริการ | | | | |
|----------|--|----------------------|-----|---------|------|------------|
| | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 5 | การติดตั้งทั้งระบบหัวฉีดและดูก๊าซ | | | | | |
| 5.1 | การรับประกันการติดตั้ง | | | | | |
| 5.2 | ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับร้านทั่วไป | | | | | |
| 5.3 | รูปแบบของการติดตั้ง | | | | | |
| 5.4 | บริการหลังการติดตั้ง | | | | | |

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ – สกุล : นางสาวสุภาพร สังศิริ
วัน เดือน ปี เกิด : วันศุกร์ที่ 30 พฤษภาคม 2529
ที่อยู่ : 479/34 ซ.นราธิวาสฯ 30 แยก 4 ซ่งนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ
ประวัติการศึกษา : ระดับปริญญาตรี สาขาบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
เบอร์โทรศัพท์ : 082-963-8308

