

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 290 คน และนำวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation) ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมาคือ เพศหญิง มีอายุ 36–40 ปี มากที่สุด รองลงมาคืออายุ 31–35 ปี และอายุต่ำกว่า 25 ปี ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการทั่วไป รองลงมาคือ เจ้าของกิจการ/ประธานบริษัท และกรรมการผู้จัดการ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรูปแบบบริษัทจำกัด รองลงมาคือ เจ้าของคนเดียว และบริษัทมหาชนจำกัด โดยเป็นธุรกิจการผลิต (Manufacturing) มากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจการค้าปลีก (Retailing) และธุรกิจบริการ (Service) โดยมีทุนจดทะเบียน 5,000,000–10,000,000 บาท รองลงมาคือ ทุนจดทะเบียน 10,000,000–30,000,000 บาท และทุนจดทะเบียนสูงกว่า 30,000,000 บาท ตามลำดับ

2. คุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง

ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ โดยในแต่ละด้านมีผลการศึกษา ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า คุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การแต่งกายของพนักงานบริษัทสะอาดเรียบร้อย เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือบริษัทมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมให้บริการ บริษัทมีการออกแบบตกแต่งโชว์รูมแยกตามหมวดหมู่ประเภทของรถและอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ ทำเลที่ตั้ง

ของบริษัทมีความสะดวกต่อการมาใช้บริการ และบริษัทมีสถานที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า คุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถ และทักษะในการให้บริการทำให้บริการมีความถูกต้องรวดเร็ว ครบถ้วน และแม่นยำ บริษัทให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดตลอดระยะเวลาใช้บริการ และมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า คุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ด้านการตอบสนองลูกค้า ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ข้อมูลรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์ของพนักงานมีความถูกต้องรวดเร็วครบถ้วนชัดเจน เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ บริษัทฯ มีการนำคำติชมจากลูกค้ามาปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการอย่างแท้จริง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ กระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานส่งมอบรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์ด้วยความระมัดระวัง และตรงตามเวลานัดหมาย ตามลำดับ

ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า คุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ด้านการให้ความมั่นใจในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีการให้ข้อมูล คำปรึกษา หรือตอบข้อคำถามเกี่ยวกับรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์ เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ บริษัทมีหน่วยงานรับเรื่องการบริการซ่อมบำรุงรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์ชื่อเสียงของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยองบริษัทมีการมอบใบรับประกันรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์ให้กับลูกค้าและระยะเวลาการรับประกันรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์บริษัท ตามลำดับ

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พบว่า คุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การให้บริการของพนักงานให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันพนักงานดูแลเอาใจใส่สามารถจดจำข้อมูลของลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีช่องทางในการเสนอความคิดเห็นได้อย่างสะดวก เช่น กล่องรับความคิดเห็น ไลน์ หรือ Social Media เป็นต้น และระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอนเป็นไปอย่างรวดเร็ว เหมาะสม ไม่นานเกินไป ตามลำดับ

3. ความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง

ผลการศึกษา พบว่าความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ในภาพรวมมีความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพฤติกรรมการร้องเรียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านความตั้งใจซื้อด้านพฤติกรรมการบอกต่อ และด้านความอ่อนไหวต่อราคา ตามลำดับโดยในแต่ละด้านมีผลการศึกษา ดังนี้

ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ พบว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ ในภาพรวมมีความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หากเกิดปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการท่านจะแจ้งกับพนักงาน/หน่วยงานของบริษัทที่รับผิดชอบทันที เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ท่านยินดีให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รถฟอร์คลิฟท์ หรือการบริการของบริษัท สยามฯ กับผู้อื่นท่านจะไม่ลังเลที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือการบริการกับบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด แม้ว่ามีบริษัทอื่นให้ข้อเสนอที่น่าสนใจหากมีคู่แข่งรายอื่นมาเปิดบริการใกล้พื้นที่ของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด ท่านยังคงซื้อและใช้บริการกับบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด เช่นเดิม และท่านจะแนะนำบอกต่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รถฟอร์คลิฟท์ หรือการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด แก่บุคคลอื่น ตามลำดับ

ด้านความตั้งใจซื้อ พบว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยองด้านความตั้งใจซื้อในภาพรวมมีความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การซื้อรถฟอร์คลิฟท์กับบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง มีมาตรฐานและการรับประกัน เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ท่านมีความเชื่อมั่นในตราสินค้าของบริษัทสยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง จึงยอมจ่ายเงินตัดสินใจซื้อรถฟอร์คลิฟท์ การตัดสินใจซื้อรถฟอร์คลิฟท์มากกว่า 1 ครั้ง กับบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด ท่านใช้เกณฑ์ด้านอื่นๆ ประกอบการตัดสินใจซื้อ เช่น การให้บริการหลังการขาย การรับประกัน การซ่อมบำรุง เป็นต้น การออกแบบผลิตภัณฑ์รถฟอร์คลิฟท์ของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยองได้รับการยอมรับและมีคุณค่าในคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และท่านพิจารณาใช้เกณฑ์ด้านราคาและคุณภาพประกอบการตัดสินใจซื้อรถฟอร์คลิฟท์จากของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ตามลำดับ

ด้านความอ่อนไหวต่อราคา พบว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ด้านความอ่อนไหวต่อราคาในภาพรวมมีความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การส่งเสริมการขายของรถฟอร์คลิฟท์บริษัทอื่น ไม่สามารถทำให้ท่านเปลี่ยนใจจากบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ได้เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ หากบริษัทสยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง มีการปรับราคารถฟอร์คลิฟท์เพิ่มขึ้นท่านจะยังคงซื้อเหมือนเดิมท่านยินดีที่จะยอมจ่ายมากกว่าที่อื่นหากการบริการของบริษัท สยามฯ สามารถตอบสนองความพึงพอใจ และหากรถฟอร์คลิฟท์บริษัทอื่นราคาถูกลงและมีคุณภาพใกล้เคียงกันท่านจะเลือกซื้อกับบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรมการร้องเรียน พบว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ด้านพฤติกรรมการร้องเรียน ในภาพรวมมีความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หากเกิดปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการท่านจะแจ้งกับพนักงาน/หน่วยงานของบริษัทที่รับผิดชอบเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง เปิดโอกาสให้ท่านเสนอแนะร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการบริการ ท่านจะส่งคำร้องเรียน ตั้งกระทู้เขียนข้อความถึงปัญหาผ่านทางเว็บบอร์ดหรือสื่อสังคมออนไลน์ของ

บริษัท และท่านจะติดตามข้อมูลข่าวสารและยินดีร่วมกิจกรรมกับบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง เพื่อลดข้อร้องเรียนการบริการ ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง

คุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ทุกด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง โดยในภาพรวมพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง มากที่สุด รองลงมาคือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการความน่าเชื่อถือการตอบสนองลูกค้าและการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การอภิปรายผลคุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง

คุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า พนักงานส่วนใหญ่ยังคงสามารถทำตามมาตรฐานการบริการของบริษัทได้อย่างเคร่งครัด จึงทำให้ลูกค้าผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณษา เพ็ชรมานะ (2560, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ ความไวใจ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK ผลการวิจัยพบว่า มีคุณภาพการบริการมากที่สุด โดย ด้านความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ตามด้วยด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง และด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า และการบอกต่อ มีคุณภาพในระดับมากที่สุด

ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า ในภาพรวมมีระดับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พนักงานของบริษัทมีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย รวมถึงบริษัทมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดการประเมินคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990, p. 345) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ซึ่งหมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นสัมผัสได้และรับรู้ได้ อาทิ ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของอาคาร สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ และลักษณะภายนอกของพนักงานผู้ให้บริการ โดยเน้นที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกทางวัตถุ พนักงานผู้ให้บริการและวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลาวัญย์ บุญมี (2558, หน้า 1829-1835) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่มีต่อความภักดีในการใช้บริการศูนย์

ซ่อม บริษัท โตโยต้า ซัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพบริการ ด้านรูปลักษณ์ ได้แก่ รูปร่างลักษณะภายนอกที่มองเห็น อยู่ในระดับมาก

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเกิดความมั่นใจในการใช้บริการกับทางบริษัทได้ สอดคล้องกับแนวคิด การวัดคุณภาพบริการด้วยแบบจำลองคุณภาพบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985, pp. 41-50) ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility) ซึ่งกล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ คือความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น ที่เกิดจากการบริการที่ซื่อสัตย์และจริงใจและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณกเบญจวรรณ ดวงหทัย วิชาผา เกศรินทร์ ประทุมมา กัลยรัตน์ เข็มเงิน บุชราภรณ์ เทียนบุตร และวันเกษม สุขะพิบูลย์ (2561, หน้า 49-56) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์โดยผลการศึกษาพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พนักงานศูนย์บริการรถยนต์สามารถให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์แก่ท่าน เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้อาจเป็นเพราะการให้ข้อมูลรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์ของพนักงานมีความถูกต้องรวดเร็วครบถ้วนชัดเจน สอดคล้องกับแนวคิดการประเมินคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990, p. 345) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ซึ่งเป็นความพร้อม ความตั้งใจ และความกระตือรือร้นในการให้บริการได้อย่างทันท่วงที โดยพนักงานมีความเต็มใจให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณมา เพียรมานะ (2560, บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK โดยผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนอง มีคุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานมีการให้ข้อมูล คำปรึกษา หรือตอบข้อคำถามเกี่ยวกับรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์แก่ผู้ใช้บริการเสมอสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990, p. 345) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) ซึ่งหมายถึง ความรู้ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณมา เพียรมานะ (2560, บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK โดยผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจ มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พบว่า ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ และให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันแสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความพยายามในการที่จะทำความเข้าใจลูกค้าแต่รายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างสูงสุด

สอดคล้องกับแนวคิดการประเมินคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990, p. 345) กล่าวว่า ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the customer) หมายถึง การทำความเข้าใจ และรู้จักลูกค้า ถึงความคาดหวังและความต้องการ เนื่องจากลูกค้าแต่ละบุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกันเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ เพียรมานะ (2560, บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK โดยผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

2. การอภิปรายผลความภักดีของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง

ความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ในภาพรวมมีความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพฤติกรรมการร้องเรียนมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความตั้งใจซื้อ ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ และด้านความอ่อนไหวต่อราคา ตามลำดับทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ลูกค้าผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ จึงเกิดความภักดีต่อบริษัท ทำให้กลับมาซื้อและใช้บริการซ้ำ โดยไม่เปลี่ยนใจไปใช้รถฟอร์คลิฟท์ของบริษัทอื่น

ส่วนด้านพฤติกรรมการบอกต่อ พบว่า ในภาพรวมมีระดับความความภักดีของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ จะทำการแจ้งกับพนักงาน/หน่วยงานของบริษัทที่รับผิดชอบทันที รวมถึงมีความยินดีที่จะบอกต่อข้อมูลของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้อื่นได้รับทราบสอดคล้องกับ Park, et al., (2017, pp. 8-13) ซึ่งได้กล่าวว่า ความภักดีหมายถึง การแสดงออกของพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ซึ่งมีพฤติกรรมที่ยังคงใช้บริการต่อไปมีการแนะนำให้คนใกล้ชิดหรือคนที่รักมาใช้บริการ รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่ใช้วัดความภักดีต่อการบริการ ตามเกณฑ์พฤติกรรมความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Customer Behavior Intentions) ของ Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996, pp. 31-46) ด้านพฤติกรรมการบอกต่อซึ่งคือการพูดถึงสิ่งที่ดีเกี่ยวกับผู้ให้บริการและการบริการแนะนำและกระตุ้นให้คนอื่นสนใจและใช้บริการและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ เพียรมานะ (2560, บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK โดยผลการศึกษาพบว่า ด้านการบอกของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านความตั้งใจซื้อ พบว่า ในภาพรวมมีระดับความความภักดีของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าการซื้อรถฟอร์คลิฟท์กับบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยองมีมาตรฐาน มีการรับประกัน ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในตราสินค้าของบริษัทและเป็นตัวเลือกที่จะตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่ใช้วัดความภักดีต่อการบริการ ตามเกณฑ์พฤติกรรมความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Customer behavior Intentions) ของ Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996, pp. 31-46) ด้านความตั้งใจซื้อซึ่งเป็นการเลือกการบริการนั้นๆ เป็นตัวเลือกแรก โดยสามารถสะท้อนนิสัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนการบริการได้ รวมทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิมาภรณ์ สิทธิชัย และสิญาธร ขุนอ่อน (2558, หน้า 65-75) ซึ่งได้ศึกษาการวัดความจงรักภักดีของลูกค้า นั้น โดยสรุปได้ 3 มุมมอง ซึ่งในมุมมองทางด้านทัศนคติ (The attitude perspective) เป็นการวัดความจงรักภักดีที่วัดความคิดเห็นและความรู้สึกผูกพันของลูกค้า ซึ่งแสดง

ออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมเชิงบวก เช่น การแสดงความตั้งใจที่จะซื้อ เป็นต้นและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรัตน์ พรยง (2560, บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง โมเดลความภักดีที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้า บริษัทโตโยต้าฟูโซ พอร์คิลิฟ (ไทยแลนด์) โดยผลการศึกษาพบว่า ความภักดีของลูกค้าด้านการซื้อหรือการใช้บริการซ้ำ อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านความอ่อนไหวต่อราคา พบว่า ในภาพรวมมีระดับความความภักดีของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าการส่งเสริมการขายของรถพอร์คิลิฟ บริษัทอื่น ไม่สามารถทำให้ท่านเปลี่ยนใจจากบริษัทสยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยองได้ อีกทั้งหากบริษัทฯ มีการปรับราคาพอร์คิลิฟเพิ่มขึ้นท่านจะยังคงซื้อเหมือนเดิม ซึ่งสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัทที่ไม่มีแนวโน้มของการเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่ใช้วัดความภักดีต่อการบริการ ตามเกณฑ์พฤติกรรมความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Customer behaviorIntentions) ของ Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996, pp. 31-46) ด้านความอ่อนไหวต่อราคาซึ่งคือการที่ผู้บริโภคไม่มีปัญหาในการที่ผู้ให้บริการขึ้นราคา และผู้บริโภคยอมจ่ายมากกว่าที่อื่นหากการบริการนั้นสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้ และยังคงสอดคล้องในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ลาวัญย์ บุญมี (2558, หน้า 1829-1835) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่มีต่อความภักดีในการใช้บริการศูนย์ซ่อม บริษัท โตโยต้า ซะริซการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ โดยผลการศึกษาพบว่า ความภักดีที่มีต่อบริการด้านความอ่อนไหวต่อราคา อยู่ในระดับมาก

ด้านพฤติกรรมกรร้องเรียน พบว่า ในภาพรวมมีระดับความความภักดีของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง เปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการสามารถเสนอแนะร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการบริการได้ ทำให้ลูกค้าได้รับการแก้ไขปัญหาในการบริการจึงยังคงมีความยึดมั่นต่อบริษัทสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่ใช้วัดความภักดีต่อการบริการ ตามเกณฑ์พฤติกรรมความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Customer behaviorIntentions) ของ Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996, pp. 31-46) ด้านพฤติกรรมกรร้องเรียน (Complaining behavior) ซึ่งคือการที่ผู้บริโภคยึดมั่นในองค์กร โดยไม่คิดเปลี่ยนใจไปใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการขององค์กรอื่นทันที แม้ว่าจะมีข้อร้องเรียนต่อองค์กร ต่อตัวพนักงานโดยตรง หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องก็ตามและยังคงสอดคล้องในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ เต็นนภา มุ่งสูงเนิน และชนะเกียรติ สมานบุตร (2557, หน้า 83) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ : กรณีบริษัท ไดนามิค อินเตอร์ ทรานสปอร์ต โดยผลการศึกษาพบว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการด้านพฤติกรรมกรร้องเรียน อยู่ในระดับมาก

3. การอภิปรายผลคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้บริการ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง

ผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้บริการ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง พบว่าคุณภาพการบริการของบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยองทุกด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยองโดยด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยองมากที่สุดทั้งนี้อาจ

เป็นเพราะ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง มีการให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดีจนทำให้มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง โดยให้ความสำคัญทั้งพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีความรู้ความสามารถ สุภาพ สามารถตอบข้อสงสัยรวมถึงแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดีเมื่อลูกค้ามีปัญหาหรือข้อร้องเรียน รวมถึงมีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการที่ทันสมัย พร้อมให้บริการซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญต่อลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการ เกิดความมั่นใจ และมีความจงรักภักดีต่อบริษัท จึงทำให้พบว่ามีความสัมพันธ์ต่อกัน สอดคล้องกับ Kasiri, Guan Cheng, Sambasivan & Sidim (2017, pp. 91-97) ซึ่งกล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการเพื่อก่อให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรติ บันดาลสิน (2558, หน้า 15) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน โดยผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโดยรวม รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของ ลาวัญย์ บุญมี (2558, หน้า 1829) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพบริการที่มีต่อความภักดีในการใช้บริการศูนย์ซ่อม บริษัท โตโยต้า ซัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการภาพรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีที่มีต่อการให้บริการศูนย์ซ่อมบริษัท โตโยต้า ซัยรัชการ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความภักดีของผู้ใช้บริการ บริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง ซึ่งข้อค้นพบจากผลการศึกษาสามารถนำมาเป็นข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1.1 ด้านคุณภาพการบริการ

1.1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

- บริษัทฯ ควรปรับปรุงการออกแบบตกแต่งโชว์รูมให้มีสีสรรสดใสและจัดแยกตามหมวดหมู่ประเภทของรถสปอร์ตคลิฟท์และอุปกรณ์ต่างๆ อย่างเป็นระเบียบ

- บริษัทฯ ควรมีการกำหนดเครื่องแต่งกายที่เป็นยูนิฟอร์มของพนักงาน เพื่อความเป็นระเบียบสะอาดและเรียบร้อย โดยอาจจะกำหนดให้ใส่ชุดฟอร์มในวันจันทร์ พุธ ศุกร์ เป็นต้น

- บริษัทฯ ควรมีการปรับพื้นที่จอดรถให้มีเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ รวมถึงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงศูนย์บริการ อาทิ ป้ายบอกทาง เส้นพื้นที่จราจร เป็นต้น

1.1.2 ด้านความน่าเชื่อถือ

- บริษัทฯ ควรมีการเทคโนโลยีมาใช้ในการระบบการตรวจเช็คการรับมอบสินค้าหรือการเข้ารับบริการ เพื่อให้พนักงานสามารถบริการด้วยความถูกต้องรวดเร็ว ครบถ้วน และแม่นยำ รวมทั้งลูกค้าก็สามารถตรวจเช็คและกำหนดวันเวลาได้ตรงตามความต้องการ

- บริษัทฯ ควรมีการฝึกอบรมพนักงานทุกๆ 3 เดือน เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ เนื่องจากมีรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์ใหม่ๆ เข้าอยู่เสมอ ซึ่งจะทำให้พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องไม่คลาดเคลื่อนได้

- บริษัทฯ ควรเพิ่มจำนวนพนักงานขายในโชว์รูมแบบ Part time ในช่วงวันหยุดหรือเทศกาลเพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ

1.1.3 ด้านการตอบสนองลูกค้า

- บริษัทฯ ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการลูกค้าในการจองและการส่งมอบรถฟอร์คลิฟท์ หรืออุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถกำหนดวันเวลาตรงตามความต้องการได้

1.1.4 ด้านการให้ความมั่นใจ

- บริษัทฯ ควรมีการขยายระยะเวลาการรับประกันรถฟอร์คลิฟท์และอุปกรณ์ให้กับลูกค้าแบบแยกส่วน เช่น รถฟอร์คลิฟท์ รับประกัน 3 ปี ส่วนอุปกรณ์รับประกัน 1 ปี เป็นต้น

1.1.5 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

- บริษัทฯ ควรมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการจัดทำฐานข้อมูล (Data Base) เกี่ยวพฤติกรรมในการเข้ามาซื้อรถฟอร์คลิฟท์หรือมาใช้บริการ เพื่อจะทำให้พนักงานเกิดความเข้าใจและรู้จักลูกค้าแต่ละรายอันจะทำให้สามารถนำเสนอบริการได้ตรงกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจ ที่นำไปสู่ความภักดีของลูกค้าได้

1.2 ด้านความภักดีของผู้ใช้บริการ

1.2.1 ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ

- บริษัทฯ ควรจะมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรือการติดตามลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากเดิมที่ใช้พนักงานขาย โทรศัพท์ อีเมลล์ ออนไลน์ เป็นต้น ควรเพิ่มช่องทางผ่าน Social Media อื่นๆ เช่น TikTok Instagram Facebook หรือจัดตั้งศูนย์ให้ความช่วยเหลือเร่งด่วน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ จะทำให้ลูกค้าเกิดการแนะนำบอกต่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รถฟอร์คลิฟท์ของบริษัท

1.2.2 ด้านความตั้งใจซื้อ

- บริษัทฯ ควรมีการสื่อสารทางการตลาดในเรื่องของ Brand Image ผ่านทางโซเชียลมีเดียอยู่เป็นประจำ เนื่องจากลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตราสินค้าและคุณภาพของบริษัทอยู่แล้ว ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ายังคงเกิดความภักดีในการตั้งใจซื้อรถฟอร์คลิฟท์ต่อไป

- บริษัทฯ ควรมีการทบทวนกลยุทธ์ในการตั้งราคารถฟอร์คลิฟท์หรืออุปกรณ์ต่างๆ ทุกๆ ปีของแต่ละรุ่น เพื่อให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

1.2.3 ด้านความอ่อนไหวต่อราคา

- บริษัทฯ ควรมีการจัดการส่งเสริมการขายรถฟอร์คลิฟท์หรืออุปกรณ์ต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความอ่อนไหวต่อราคาของคู่แข่ง

- บริษัทฯ ควรมีการจัดการจัดทำราคาขายเป็นชุดแพ็คเกจจิ้งรถฟอร์คลิฟท์หรืออุปกรณ์ต่างๆ หรือปรับอัตราการเข้ารับบริการ และมีการให้บริการเสริมต่างๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้สามารถแข่งขันด้านราคาได้

1.2.4 ด้านพฤติกรรมการณ์รื่องเรียน

- บริษัทฯ ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้สร้างระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) กับลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารและยินดีร่วมกิจกรรมกับบริษัท สยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง รวมทั้งลดข้อร้องเรียนการบริการผ่านทางเว็บบอร์ดหรือสื่อสังคมออนไลน์

- บริษัทฯ ควรมีการจัดตั้งหน่วยงาน Hot line เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการของพนักงานหรือหน่วยงานของบริษัทกับลูกค้าได้อย่างทันที และเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเสนอแนะการบริการหรือร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหา

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ และมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้า ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาคุณภาพบริการกับความภักดีของลูกค้า โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ผลการวิจัยเกิดความชัดเจนที่มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างเพื่อที่ผลการวิจัยที่ได้สามารถสรุปเป็นภาพรวมขององค์กรได้ โดยอาจตั้งชื่อเรื่องการวิจัย “ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้า” ที่จะสามารถนำผลมาปรับปรุงวางกลยุทธ์ให้กับบริษัทเกิดความสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงได้อย่างมีประสิทธิภาพ