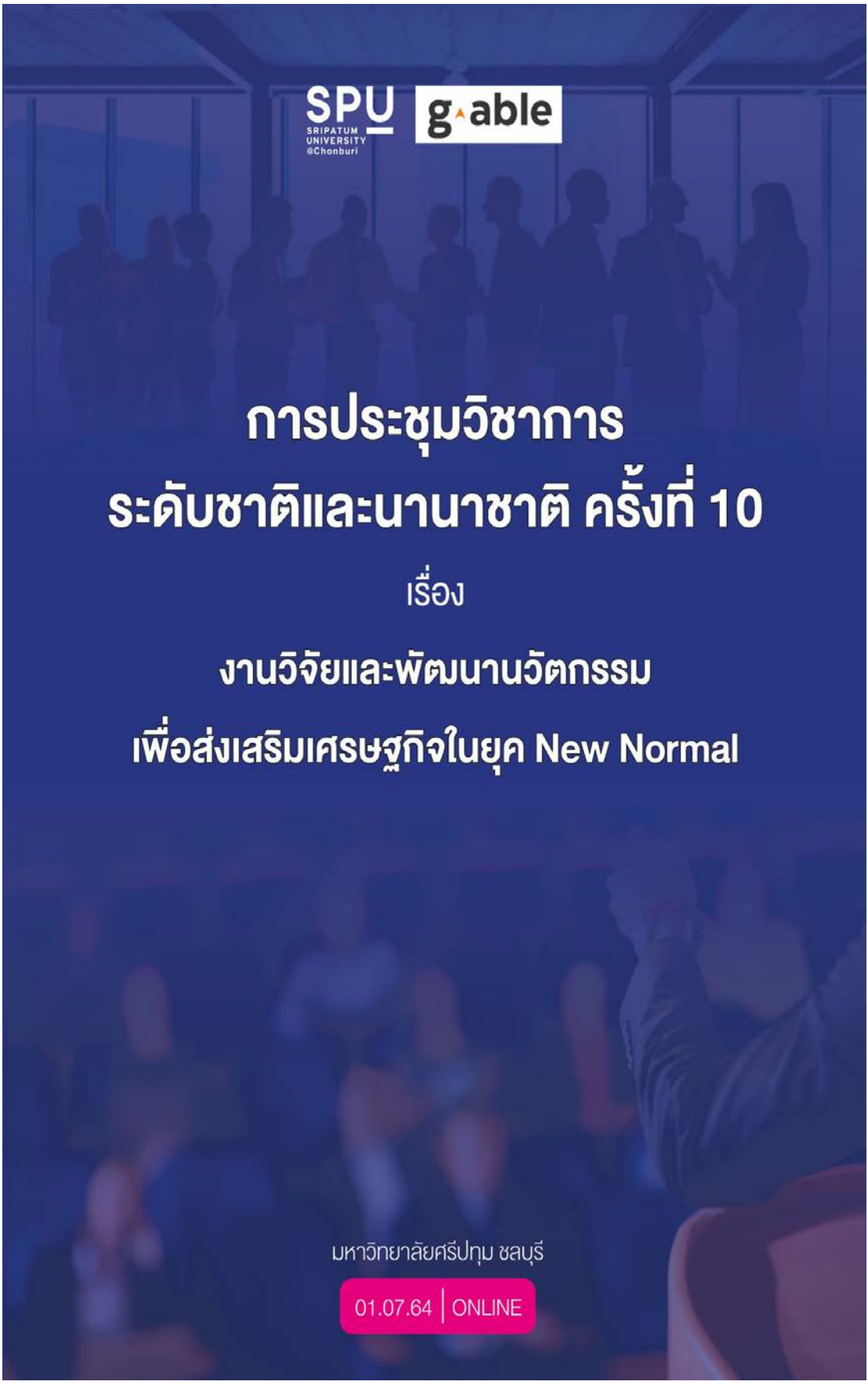




SPU
SRIPATUM
UNIVERSITY
@Chonburi

g.able

การประชุมวิชาการ ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10

เรื่อง

งานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจในยุค New Normal

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี

01.07.64 | ONLINE

CONTENTS / สารบัญ

Message from Vice President of Chonburi Campus

สารรองอธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

Message from Organizing Committee Chairperson

สารจากประธานคณะกรรมการฝ่ายอำนวยการจัดประชุม

กำหนดการประชุมวิชาการ

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

2021 SPUC International Conference

Researcher (Oral Presentation)	Page
Maturos Mathurasai	
An investigation into new skill requirements toward enhancing international hotel management program at Stamford International University: A focus on front office operations of hotels in Thailand.....	1
Nuttanuch Munsakorn	
Vocabulary retention in a long-term memory through etymology.....	15
Passaraporn Vongchansathapat	
The efficacy and safety of 1064-nm picosecond laser for tattoo removal in Thai people.....	32
Yanisa Ratanapokasatit	
The effect of topical epidermal growth factor on wound healing and post inflammatory hyperpigmentation prevention after ablative fractional CO2 laser	41
นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	
กฤษณะ จันทร์อยู่จริง	
การพัฒนาวิชาลไลเซนซ์เพื่อบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์.....	53
แกร์เดียร์ กะตื้อคดี	
อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี กรณีศึกษาบริษัทรับทำบัญชีในภาคตะวันออกของประเทศไทย....	64
ชาติศิริ ศิลางแรง	
การพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์แชทบอท สำหรับการให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีความสงสัยต่อการเลี้ยงที่มีอาการเสื่อมสภาพทางเพศ.....	73

CONTENTS (CONTINUE) / สารบัญ (ต่อ)

นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	หน้า
ณัฐพร ปวิตรปก	
สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจด้านความปลอดภัยที่มีผลต่อความผูกพันในงานของ พนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 3 ในจังหวัดชลบุรี.....	85
นริศรา อุ่นประเสริฐสุข	
คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัด สุพรรณบุรี.....	98
ปัทมกร ธารสุวรรณ	
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของบริษัทรักษาความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อการ บอกต่อและความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้อยู่อาศัยในจังหวัดชลบุรี.....	108
ประภัสสร คำสวัสดิ์	
ปัจจัยในการกำหนดความสุขเชิงอัตวิสัย.....	119
ภราดา สุขยิ่ง	
ระบบแนะนำการตัดสินใจเพื่อการซื้อขายหุ้น สำหรับนักลงทุนมือใหม่.....	134
มณีนุช อภิบาล	
ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า ศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี.....	151
วรกานต์ เชื้อสิงห์	
การพัฒนาระบบคาวีซวลไลเซชันเพื่อสนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การตลาดขององค์กรประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	161
วศกร สิงห์หล่อ	
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร.....	170
วันชัย จันทิบุตร	
ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการดูทรายในที่ดินเอกชน...	182
ศิวายุ เลิศเสรี	
แอปพลิเคชันแชทบอทเพื่อการให้บริการข้อมูลติดตั้งสายใยแก้วนำแสง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอส.ที.เอส. คอมมูนิเคชั่น.....	191
ศุภิสรา ขุนทิพย์	
ปัจจัยด้านกลยุทธ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในธุรกิจเนื้อเป็ด.....	201

CONTENTS (CONTINUE) / สารบัญ (ต่อ)

นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	หน้า
สมศักดิ์ชัย เล่าหะพันธ์	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบการ ในภาคกลางและภาคตะวันออก.....	210
สาธิตา โพธิาเจริญ	
การบริหารความขัดแย้งภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่งในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ.....	219
สืบสกุล ย่าหลี	
การศึกษาการจัดแสงในรูปแบบแอนิเมชัน 3 มิติ.....	231
สุดารัตน์ มรกตสระน้อย	
ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ.....	237
ศุรวิรี จิตรพิลา	
การพัฒนาการแสดงผลภาพเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสมุนไพรในประเทศไทย....	246
เสาวลักษณ์ จินทร	
การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อช่วยสนับสนุนในการบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ กรณีศึกษาบริษัท ไอ ที บี ที คอร์ปอเรชั่น จำกัด.....	254
หนูลิด ศิริประสาท	
ปัจจัยด้านการงานที่มีผลต่อปัจจัยเชิงอารมณ์ของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาดบ้านและรถยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ.....	267
อภิรัฐ สุกิจบริหาร	
พัฒนาระบบคำศัพท์วลีไวยากรณ์เพื่อการสนับสนุนการให้บริการสุขภาพ กรณีศึกษาหน่วยงานบริการสุขภาพในประเทศ.....	278
อัญชลี บัวเมืองเก่า	
การพัฒนาวิชาวลีไวยากรณ์สำหรับการวิเคราะห์และการทำงานผลความสำเร็จ ของการทำงานด้วยข้อมูลดัชนีประสิทธิภาพหลัก.....	290
โอรส เหล่าดำรงกุล	
ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ฟู้ดแพนด้า.....	301

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของ
ลูกค้าศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี

FACTORS OF SERVICE QUALITY AFFECTING BEHAVIORAL
INTENTION OF USING CAR SERVICE CENTERS IN CHONBURI
PROVINCE

มณีนุช อภิบาล*

Maneenuch Aphibal

รองศาสตราจารย์ ดร. ชลธิศ ดาราวงษ์**

Assoc. Prof. Dr. Chonlatis Darawong

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรีที่มีต่อระดับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ ลูกค้าศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 331 คน ผลวิจัย พบว่า 1) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ได้แก่ ด้านการตั้งใจใช้ซ้ำ ด้านการร้องเรียน และด้านการบอกต่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกันตามปัจจัยด้านเพศ อายุ และสถานภาพ และ 3) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อการใช้บริการซ้ำ ได้แก่ ปัจจัยด้านกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านอรรถาธิบายไม่ตรี ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความใส่ใจ ตามลำดับ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปีการศึกษา 2564

** รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการร้องเรียน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงบริการ และด้านการติดต่อสื่อสารตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบอกต่อ ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความใส่ใจ ตามลำดับ

คำสำคัญ: ศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์, พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ, พฤติกรรมการร้องเรียน, พฤติกรรมการบอกต่อ

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the level of behavioral intention of using of service centers in Chonburi province, 2) to compare the behavioral intentions of using maintenance service users in Chonburi province classified by personal factors, and 3) to study the impact of service quality on behavioral intentions of using service center in Chonburi province. Samples of this research were 331 customers who used car service center in Chonburi province. The results of the study showed that 1) the level of behavioral intention of using of service centers in Chonburi province was at a high level, 2) the level of behavioral intention was different due to gender, age, and marital status, and 3) service quality factors influencing reuse intention were physical factors, reliability, empathy, communication, and personal attention where the factors affecting complaints were reliability, access, and communication and factors affecting word of mouth behavior were physical aspect, reliability, access, communication, and attention, respectively

Keywords: car service centers, reuse intention, complaint, word of mouth.

บทนำ

ธุรกิจศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในปี 2563 ที่ผ่านมามีการสร้างกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเดิมเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจศูนย์ให้บริการขายรถยนต์มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ซื้อเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา คุณภาพการบริการในการซ่อมบำรุงหลังการขายก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่กำลังพัฒนามากขึ้น และก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในปัจจุบัน

งานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของศูนย์ให้บริการรถยนต์ ได้แก่ ปัจจัยการเลือกเข้าศูนย์บริการรถยนต์ที่ไม่เป็นผู้แทนจำหน่ายของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (โสภณ สุดสาหร่าย และอิทธิกร ขำเดช, 2556) คุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี (สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ และ

ชนชาติ ประทุมสวัสดิ์, 2561) คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ (ชนากร ชมโคกกรวด, ปฎิมา ประโยชน์อุดมกิจ และภูษิต วงษ์เล็ก, 2561) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการโตโยต้า เค.มอเตอร์ สาขาเพชรเกษม (ธันยพร ตูจันดา, พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก และนักศึกษามหาวิทยาลัย, 2561) ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของโชว์รูมรถยนต์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย (ปัญญาพล จันผ่อง และวอนชนก ไชยสุนทร, 2561) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมา ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในด้านการตั้งใจใช้ซ้ำ การร้องเรียน การบอกต่อ เพื่อพัฒนาด้านคุณภาพการให้บริการต่อไป

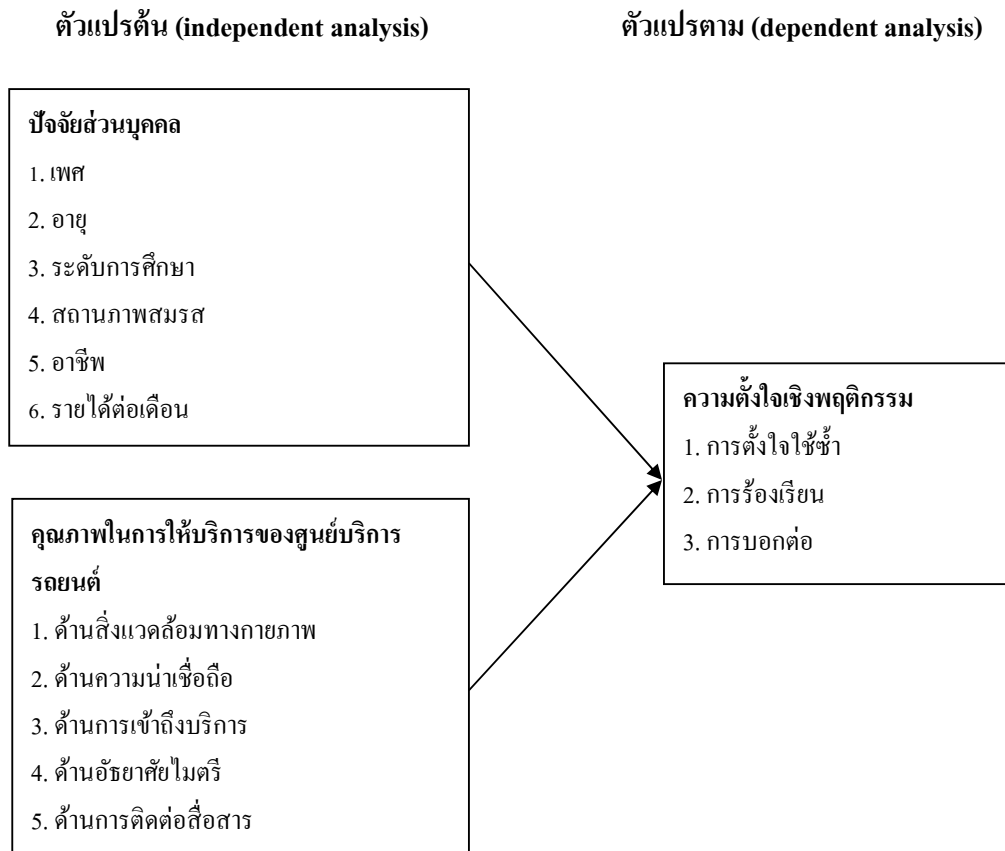
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี ที่มีต่อระดับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการที่มีต่อศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณวิธีการสำรวจและวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการอ้างอิงวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ยี่ห้อหนึ่งในจังหวัดชลบุรี ในปี 2562 ได้แก่ อำเภอเมือง จำนวน 5,857 คน พัทยา จำนวน 4,426 คน แหลมฉบัง จำนวน 4,022 คน บ้านบึง จำนวน 1,169 คน รวมจำนวนประชากรทั้งหมด 15,474 คน

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้จากการคำนวณโดยทราบประชากรที่มีจำนวนแน่นอน จำนวน 331 คน ด้วยวิธีของ Taro Yamane (1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 72.4 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.2 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 62.0 มีอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 57.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000/40,001 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.2

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี พบว่า คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ที่มาใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านอรรถาธิบายไมตรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมา ด้านการเข้าถึงบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) อันดับสาม ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.13 อันดับสี่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) อันดับห้า ด้านความใส่ใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) อันดับหก ด้านความตั้งใจใช้ซ้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) อันดับเจ็ด ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.96 อันดับแปด ด้านการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) อันดับเก้า ด้านร้องเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.88$) อันดับสิบ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นด้วยกับปัจจัยด้านคุณภาพความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับด้านความตั้งใจใช้ซ้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมา คือ ด้านการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) สุดท้ายอันดับสาม คือ ด้านการร้องเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.88$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้าศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1 พฤติกรรมของผู้ที่มาเข้าใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี

พฤติกรรมของผู้ที่มา เข้าใช้บริการศูนย์ซ่อม บำรุงรถยนต์ในจังหวัด ชลบุรี	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	สถานะภาพ	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ด้านพฤติกรรมการใช้ บริการซ้ำ	0.03*	0.07	0.12	0.32	0.12
	ชาย	21-30 ปี/	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/	พนักงานบริษัท	น้อยกว่า 20,000 บาท/
	($\bar{X}$ = 4.13)	31-40 ปี	แยกกันอยู่	($\bar{X}$ = 4.10)	20,001-30,000 บาท
	หญิง	($\bar{X}$ = 3.95)	($\bar{X}$ = 4.10)	พนักงาน	($\bar{X}$ = 4.04)
	($\bar{X}$ = 3.83)	41-50 ปี/	สมรส	รัฐวิสาหกิจ/	30,001-40,000 บาท/
		51-60 ปี/	($\bar{X}$ = 3.93)	ราชการ/อื่น ๆ	40,001 บาทขึ้นไป
		61 ปีขึ้นไป		($\bar{X}$ = 3.96)	($\bar{X}$ = 3.87)
		($\bar{X}$ = 4.15)			
ด้านพฤติกรรมการ ร้องเรียน	0.45	0.00*	0.62	0.07	0.80
	ชาย	21-30 ปี/	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/	พนักงานบริษัท	น้อยกว่า 20,000 บาท/
	($\bar{X}$ = 2.71)	31-40 ปี	แยกกันอยู่	($\bar{X}$ = 2.87)	20,001-30,000 บาท
	หญิง	($\bar{X}$ = 2.98)	($\bar{X}$ = 2.80)	พนักงาน	($\bar{X}$ = 3.00)
	($\bar{X}$ = 2.84)	41-50 ปี/	สมรส	รัฐวิสาหกิจ/	30,001-40,000 บาท/
		51-60 ปี/	($\bar{X}$ = 2.88)	ราชการ/อื่น ๆ	40,001 บาทขึ้นไป
		61 ปีขึ้นไป		($\bar{X}$ = 2.49)	($\bar{X}$ = 3.04)
		($\bar{X}$ = 2.52)			
ด้านพฤติกรรมการบอก ต่อ	0.24	0.91	0.05*	0.67	0.32
	ชาย	21-30 ปี/	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/	พนักงานบริษัท	น้อยกว่า 20,000 บาท/
	($\bar{X}$ = 3.93)	31-40 ปี	แยกกันอยู่	($\bar{X}$ = 3.96)	20,001-30,000 บาท
	หญิง	($\bar{X}$ = 3.88)	($\bar{X}$ = 4.03)	พนักงาน	($\bar{X}$ = 3.96)
	($\bar{X}$ = 3.78)	41-50 ปี/	สมรส	รัฐวิสาหกิจ/	30,001-40,000 บาท/
		51-60 ปี/	($\bar{X}$ = 3.80)	ราชการ/อื่น ๆ	40,001 บาทขึ้นไป
		61 ปีขึ้นไป		($\bar{X}$ = 3.89)	($\bar{X}$ = 3.85)
		($\bar{X}$ = 3.89)			

$R^2 = 0.79$ * $p < .05$

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันจะมีพฤติกรรมของผู้ที่มาเข้าใช้บริการด้าน
พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำที่แตกต่างกัน ส่วนด้านอายุที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมด้านพฤติกรรม

การร้องเรียนที่ต่างกัน และด้านสถานะภาพที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการด้านพฤติกรรมการบอกต่อที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรม

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	การใช้บริการซ้ำ		การร้องเรียน		การบอกต่อ	
	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>B</i>	<i>t</i>
1. ด้านกายภาพ	0.21	2.17*	0.08	0.09	0.20	4.00*
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.15	4.43*	-0.22	-2.11*	0.22	4.18*
3. ด้านการเข้าถึงบริการ	0.93	-0.61	-0.21	-2.13*	0.12	2.21*
4. ด้านอรรถาธิบาย	0.10	2.90*	-0.15	-1.35	0.02	0.38
5. ด้านการติดต่อสื่อสาร	0.47	3.11*	-0.25	-2.23*	0.16	2.62*
6. ด้านความใส่ใจ	0.30	3.15*	0.12	1.72	0.27	4.73*

$R^2 = 0.79$ * $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการใช้บริการซ้ำ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านอรรถาธิบาย ไม่ตรง ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความใส่ใจ ตามลำดับ
2. ด้านการร้องเรียน ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมการร้องเรียน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงบริการ และด้านการติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ
3. ด้านการบอกต่อ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมการบอกต่อ ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความใส่ใจ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมสามารถนำมาอภิปรายตามผลเชิงพรรณนาได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุและสถานภาพสมรส มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ จรูญ บุญยัติ (2552)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ที่มาเข้าใช้บริการ ศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการตั้งใจใช้ซ้ำ คือปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านอรรถาภิธาน ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านความใส่ใจ มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมตามลำดับ งานวิจัยนี้สอดคล้องกับ ธัญพร ตูจินดา (2561)

2. ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการร้องเรียน คือปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมตามลำดับ งานวิจัยนี้สอดคล้องกับ คณางค์ จริยเจริญยิ่ง (2560)

3. ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการบอกต่อ คือปัจจัยด้านความใส่ใจ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการ มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมตามลำดับ งานวิจัยนี้สอดคล้องกับ ธนากร ชมโคกรวด (2561)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผู้บริหารศูนย์ซ่อมบำรุงสามารถเพิ่มปัจจัยเชิงพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการตั้งใจใช้ซ้ำ ศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในด้านความใส่ใจ และด้านความน่าเชื่อถือ คือมีการส่งเจ้าหน้าที่อบรมทักษะของฝ่ายช่างและเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการ ทำให้ลูกค้ารับรู้ว่าคุณสมบัติการมีความใส่ใจ จึงเกิดความภักดีแล้วมาศูนย์บริการซ้ำ

2. ด้านการร้องเรียน คุณภาพการให้บริการเข้าถึงที่มากจะทำให้เราทราบข้อมูลของผู้ที่เข้ารับบริการมากขึ้น และจะนำข้อมูลนั้นหรือข้อร้องเรียนนั้นมาพัฒนาศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์

3. ด้านการบอกต่อ ศูนย์บริการรถยนต์ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของการรับประกันคุณภาพของสินค้าและอะไหล่เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้ามีการบอกต่อ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแบบเจาะจงของกลุ่มประชากรในส่วนของคุณภาพให้มากขึ้น

2. ควรศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้ง และสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างโดยตรงจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพ

บรรณานุกรม

- กวีวัจน์ เทพคลไชย. (2558). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ในตำบลดอนจั่น จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คณางค์ จริยเจริญยิ่ง. (2560). *การจัดการเรื่องร้องเรียนของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ) สาขาวิชาบริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะสำหรับนักบริหาร, คณะรัฐศาสตรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คุณศิษฐ์ สกุลกลาไพศ. (2552). *แนวทางการพัฒนาการให้บริการดูแลบำรุงรักษารถยนต์: กรณีศึกษา ศูนย์บริการบริษัทอู่ซ่อมตามันแซลล์ จังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด), มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ชนากร ชมโลกกรวด, ปฎิมา ประโยชน์อุดมกิจ และภูษิตย์ วงษ์เล็ก. (2561). *คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ*. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 1(4). หน้า 33-49.
- ธัญพร ตูจันดา, พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก และนักศึกษามหาบัณฑิตวิทยาลัย. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์บริการโตโยต้า เค.มอเตอร์ สาขาเพชรเกษม (ออนไลน์)*. เข้าถึงได้จาก: <https://e-research.siam.edu/kb/factors-influencing-consumers-decision-to-used-car-service-at-toyota-k-motors-phetkasem/> [2563, 1 มิถุนายน].
- บุญยานุช ปาละสิทธิกุล. (2553). *การเลือกใช้บริการของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- ปัญญาพล จันผ่อง และวอนชนก ไชยสุนทร. (2561). *ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของโชว์รูมรถยนต์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย*. *วารสารการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*, 8(2), หน้า 107-123.
- ปิ่นพัฒน์ พชรวิลานนท์. (2555). *พฤติกรรมการรับบริการศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิของลูกค้าบริษัท มิตซูทากิฉิม จำกัด จังหวัดปัตตานี*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ศุภมาส หาญวนิชกุล. (2556). **การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์บริการรถยนต์กรณีศึกษา: ศูนย์บริการรถยนต์เขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ และธนชาติ ประทุมสวัสดิ์. (2561). คุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อม ตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี. **วารสารสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 2(4), หน้า 16-29.
- สุภาภรณ์ พลอยทับทิม. (2554). **คุณภาพการบริการของศูนย์บริการรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- โสภณ สดสาหร่าย และอิทธิกร ขำเดช. (2556). ปัจจัยการเลือกเข้าศูนย์บริการรถยนต์ที่ไม่เป็นตัวแทนจำหน่ายของผู้ใช้รถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. **วารสารการตลาด และการสื่อสาร**, 1(2), หน้า 546-567.
- Al-Shammari, Minwir, & Samer, Ahmad. (2014). Service quality and its relationship with customer satisfaction and loyalty in a Saudi Arabian automobile company. **Global journal of management and business research: E marketing**, 14(8), pp. 12-22.
- Izogo, Ernest Emeka, & Ogba, Ike-Elechi. (2015). Service quality customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. **International Journal of Quality & Reliability Management**, 32(3), pp. 250-267.
- Lu Xu, Charles Blankson, & Victor, Prybutok. (2017). Relative contributions of product quality and service quality in the automobile industry. **Quality Management Journal**, 24(1), pp. 21-36.
- Piriyasup, Vilawan, & Kim, Seongdok. (2017). A study on purchase intention of a Thai automobile. **AU-GSB e-Journal**, 10(1), pp. 24-33.
- Wang, Chia-Nan, Day, Jen-Der, & Farid, Muhammad. (2019). Service innovation model of the automobile service industry. **National Kaohsiung University of Science and Technology**, 9(12), pp. 1-16.