

คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี

Service quality of a car maintenance center in Saraburi

ชาญวิทย์ แสงหาญ

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Chanwit Sanghan

Industrial Management, Master of Business Administration,

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม ซึ่งมีความน่าเชื่อถือขอปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ เท่ากับ 0.08 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติพรรณนา ได้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน T-Test และ ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เป็นเพศ ชาย คิดเป็นร้อยละ 69.8 มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34 มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45 และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างเชื่อมั่น ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์กับช่วงอายุ 20-30ปี และช่วงอายุ 41-50 ปี ส่วนในปัจจัยด้านรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี และปัจจัยด้านระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี

ABSTRACT

Research study on Service quality of a car maintenance center in Saraburi using a specific sampling method. The study instrument was a questionnaire which had the reliability of service quality factors. Equal to 0.08 The statistics used in the analysis were descriptive statistics such as percentage statistics mean and standard deviation and inferential statistics T-Test and ANOVA at 0.05 level of statistical significance.

The results of the study showed that 1) Most of the respondents were male, representing 69.8%, aged 31-40 years, the most, representing 34 percent, and had average income 10,001-20,000 baht, or 45%, and the highest level of bachelor's degree or equivalent, representing 48.5% 2) Most of the respondents had quality of service. in terms of reliability Confidence building the tangible aspect caring and in terms of responding to the needs of customers at the highest level

From the hypothesis testing, it was found that the gender factor was not related to the service quality of the car maintenance center. one in Saraburi Province Age factor is related to the quality of service of car maintenance centers. one in Saraburi Province In terms of reliability, the age range is 20-30 years and the age range 41 - 50 years. As for the income factor, there was no relationship with the quality of service of the car maintenance service center. one in Saraburi Province and educational level factors There is no relationship with the service quality of the car maintenance center. one in Saraburi Province

Keywords: Service quality, Car maintenance center one in Saraburi Province

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รถยนต์เป็นยานพาหนะหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในยุคปัจจุบัน ทั้งด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน และด้านการดำเนินธุรกิจทางพาณิชย์ เป็นสิ่งช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการเดินทาง อีกทั้งรถยนต์ยังเป็นค่านิยมส่วนหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจของตนเองได้ดีอีกด้วย ส่งผลให้ความต้องการมีรถยนต์ของคนในสังคมเพื่อการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันก็ทำให้ตลาดรถยนต์มีสถานะทางการแข่งขันรุนแรงขึ้น รถยนต์แต่ละยี่ห้อที่มีการพัฒนามากขึ้น รถยนต์บางรุ่นมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ไม่ว่าจะเป็นระบบเอนเตอร์เทนเมนต์ หรือระบบการสื่อสาร ระบบความปลอดภัยที่ช่วยในการขับขี่ รวมไปถึงราคารถยนต์แต่ละค่ายที่มีให้เลือกหลากหลายใน 2 ปีซ้อนหลังจากปี พ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2565 มีสถิติจำนวนรถจดทะเบียนสะสมทั่วประเทศไทย ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์จดทะเบียน แบ่งตามประเภทรถยนต์ ซึ่งได้แก่ ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน และประเภทรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล มีอัตราการเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ดังนี้ (กรมการขนส่งทางบก, 2565: ระบบออนไลน์)

สถิติจำนวนรถที่จดทะเบียนสะสม ณ 30 มิถุนายน 2564 และ 2565			
ประเภทรถ	จำนวนรถ(คัน)		ร้อยละ
	30 มิ.ย 64	30 มิ.ย 65	
			การเปลี่ยนแปลง(เพิ่ม/ลด) 30 มิ.ย. 64 / 30 มิ.ย. 65
รวมทั้งสิ้น	451,395	456,850	1.21
ก. รวมรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์	416,742	421,133	1.05
รย. 1 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	91,044	94,479	3.77
รย. 2 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	3,336	3,330	-0.18

ภาพ 1 สถิติจำนวนรถจดทะเบียนสะสมจังหวัดสระบุรี ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์จดทะเบียนจำแนกตามประเภทรถ พ.ศ. 2564-2565

จากตารางแสดงสถิติจำนวนรถจดทะเบียนสะสมทั่วประเทศไทย จำแนกตามประเภทรถยนต์ในระยะเวลา 2 ปี จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2565 มีการเติบโตขึ้นจากปี พ.ศ. 2564 คิดเป็นร้อยละ 1.20 อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจที่มีการเติบโตขึ้น แม้ว่าจำนวนรถยนต์จดทะเบียนในแต่ละปีจะแตกต่างกันโดยรวมแล้วรถยนต์ในท้องถนนก็ยังมีเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีแนวโน้มคาดว่าจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติรถยนต์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามรถยนต์ย่อมมีการเสื่อมสภาพตามกาลเวลา จึงต้องมีการซ่อมแซมหรือบำรุงรักษาตามการใช้งาน เพื่อให้รถยนต์คงอยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้ ประกอบกับให้ความปลอดภัยแก่ผู้ขับขี่และผู้โดยสาร ผู้ใช้รถยนต์จึงต้องตัดสินใจที่จะนำรถเข้ารับบริการเหล่านี้โดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ส่งผลต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ที่ให้บริการซ่อมแซมบำรุงรักษารถยนต์ทั่วไปให้ยังคงอยู่ในสภาพดี สามารถใช้งานได้ตามปกติ เช่น Overhaul Engine แก้ไขปัญหาระบบไฟฟ้า เปลี่ยนยาง ถ่านน้ำมันเครื่อง เปลี่ยนอะไหล่หรือซ่อมช่วงล่าง เป็นต้น

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ในจังหวัดสระบุรีล้วนมีเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในหลากหลายพื้นที่ การแข่งขันทวีความรุนแรงมากขึ้น ผู้บริโภคจึงมีตัวเลือกเพิ่มมากขึ้น การตัดสินใจเข้ารับบริการยากขึ้น การแข่งขันทางธุรกิจประเภทเดียวกันนี้จึงมีการแข่งขันสูง ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ที่พิจารณาจากการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า ด้านความเหมาะสมของราคากับคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ด้านการส่งเสริมการตลาดที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า ด้านกระบวนการในการจัดการบริการ ด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรหรือพนักงาน และด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพที่ปรากฏต่อสายตาผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546: 36) รวมไปถึงการแข่งขันในเรื่องของคุณภาพการให้บริการด้วยคุณภาพของการบริการถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำโดยคุณภาพการให้บริการเป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม (Parasuraman,

Zeithaml & Berry, 1985: 122) การให้บริการที่ตรงต่อความต้องการของผู้รับบริการจะช่วยสร้างความประทับใจ ช่วยเอื้อประโยชน์ในด้านคุณภาพให้กับผู้รับบริการ ความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากการให้บริการในขณะนั้น ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ (ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต, 2554: 55) จะเห็นได้ว่าคุณภาพการให้บริการถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อธุรกิจการให้บริการเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ลักษณะผู้รับบริการก็ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลถึงคุณภาพการให้บริการเนื่องจากลักษณะผู้รับบริการส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งลักษณะบุคคลที่แตกต่างกันทำให้คุณภาพในการให้บริการแตกต่างกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญ เรื่องคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี จึงจัดทำวิจัยเรื่องคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งที่มีต่อผู้มาใช้บริการในจังหวัดสระบุรี โดยศึกษาตามแนวคิด 5 ด้าน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ คือ 1.ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2.ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ (Assurance) 3.ด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) 4.ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) 5.ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งที่มีต่อผู้มาใช้บริการในจังหวัดสระบุรี
- 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งที่มีต่อผู้มาใช้บริการในจังหวัดสระบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษา

สมมุติฐานของการวิจัย

ผู้ที่มาใช้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรีที่มี เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษาที่ต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการการศึกษา

1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ประกอบด้วย บทความวิชาการ หนังสือ เว็บไซต์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรีที่มีต่อผู้มาใช้บริการในจังหวัดสระบุรี

2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้มาใช้บริการศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี จำนวน 639,969 ราย (อ่างอิงกรมการปกครองวันที่ 31 สิงหาคม 2565) จากนั้นจึงนำไปคำนวณหากลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไว้ที่ 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

3 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาพื้นที่ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี

4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในครั้งนี้นำการวิจัย และเก็บข้อมูลในช่วงเดือน สิงหาคม 2565 ถึง เดือน พฤศจิกายน 2565

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. คุณภาพการให้บริการ หมายถึง มโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985: 111) การปรับปรุงคุณภาพจึงถือเป็นการยกระดับมาตรฐานการทำงานให้สูงขึ้น ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จะเริ่มทำหลังจากที่ระบบงานมีเอกสารเป็นมาตรฐานการทำงาน และมีระบบการควบคุมคุณภาพแล้ว (ที่กล่าวถึงในฉบับที่แล้ว) องค์กรต้องทำให้มาตรฐานที่มีอยู่สูงขึ้น เพราะความต้องการของลูกค้ามีสูงขึ้น และคู่แข่งก็พัฒนาอย่างต่อเนื่อง การทำให้มาตรฐานสูงขึ้น

คุณภาพการบริการ สามารถวัดคุณภาพได้จาก 5 สิ่งดังต่อไปนี้

1.1 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือความสามารถในการ ให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการอย่างถูกต้องตรงตามเวลา และตรงกับวัตถุประสงค์ของการเข้ารับบริการ

1.2 การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ (Assurance) เป็นการปฏิบัติงาน ของผู้ให้บริการด้วยความรู้ความสามารถ แล้วส่งผลถึงความน่าเชื่อถือภายในตัวผู้ให้บริการ ซึ่งผู้รับบริการ สามารถรับรู้แล้วส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นที่เกิดขึ้น

1.3 สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านเครื่องมือ บุคลากร และวัสดุสื่อสารแก่ผู้รับบริการ

1.4 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) คือการให้ความเอาใจใส่ดูแลผู้รับบริการ เป็นการดูแลเอาใจใส่บริการอย่างมุ่งมั่น เนื่องจากเข้าใจปัญหา หรือความต้องการของผู้รับบริการที่ต้อง ได้รับการตอบสนอง โดยมุ่งเน้นการให้บริการ และการแก้ปัญหาให้ผู้รับบริการรายบุคคล

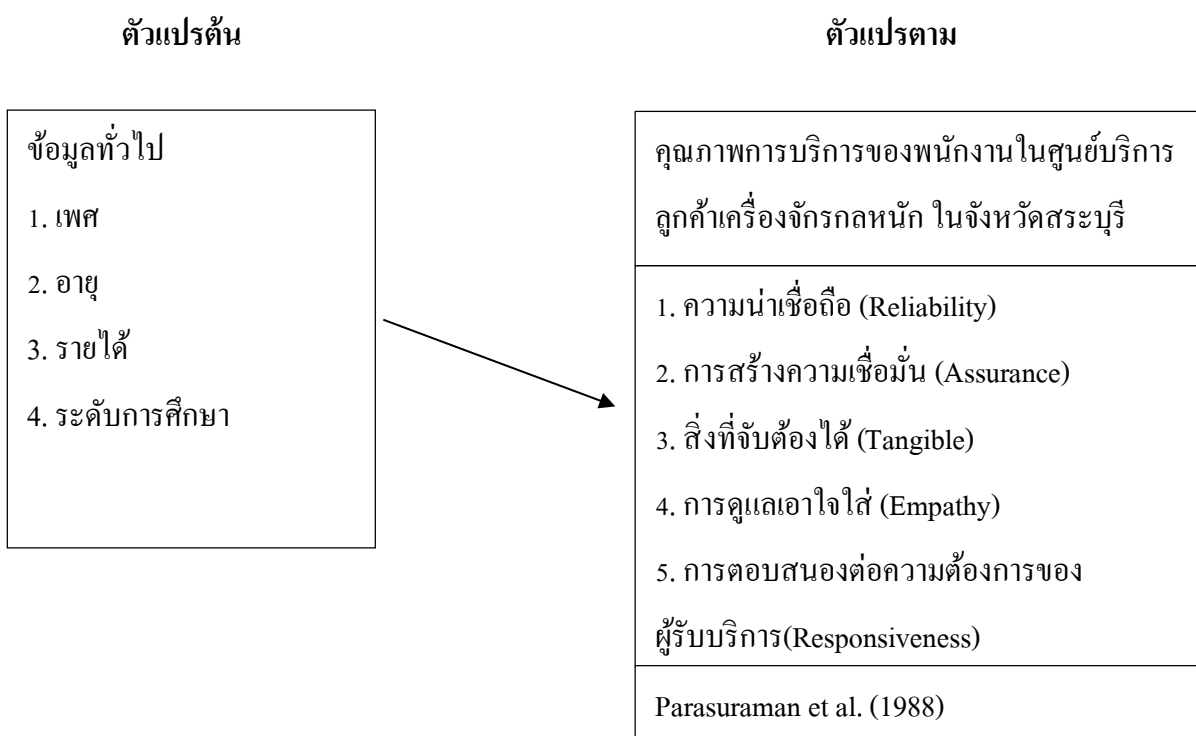
1.5 การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) คือความเต็มใจที่ช่วยเหลือพร้อมให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลาที่ผู้รับบริการร้องขอ

2. ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ หมายถึง สถานที่ให้บริการ ซ่อมแซมบำรุงรักษาสภาพรถยนต์ให้ยังคงอยู่ในสภาพที่ดีสามารถใช้งานได้ตามปกติ เช่น ถ้ายน้ำมันเครื่อง เปลี่ยนยาง อะไหล่ช่วงล่างรถยนต์ เป็นต้น โดยภาพรวมคือการให้บริการขั้นพื้นฐานของการบำรุงรักษารถยนต์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์
2. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยของผู้ที่สนใจในเรื่องของคุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์
3. ผลจากการวิจัยสามารถนำไปวางแผนการปรับกลยุทธ์ด้านการบริการทำโปรโมชัน และปรับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน
4. การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์
5. เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ทราบความคิดเห็นของผู้บริโภคและทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ ขององค์กรจากมุมมองของผู้บริโภคโดยตรงและสามารถสร้างแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดและเพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น

กรอบแนวคิด



การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งที่มีต่อผู้มาใช้บริการ ในจังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์
- 2.3 ข้อมูลของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ แห่งหนึ่งในเขตจังหวัดสระบุรี
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

คุณภาพการให้บริการครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของนักวิชาการหลายๆ ท่านมาเป็นแนวคิดและได้นำมาวัดคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่ง หมายถึง สิ่งที่สนับสนุนทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจหรือมีทัศนคติที่ดีจากการเข้ารับบริการในศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่ง ในเขตจังหวัดสระบุรี วัดได้ 5 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ (Assurance) ด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)

แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์มีความหลากหลายและไม่จำเป็นต้องอยู่ในสังคมเดียวกัน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การสมรส สถานะทางเศรษฐกิจ โดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมความสนใจในการรับข่าวสารต่างกันไปด้วย และต้องขึ้นอยู่กับความสอดคล้องของเนื้อหากับทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล ซึ่งมีปัจจัยทั้งด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาของแต่ละบุคคล ซึ่งจะเป็นตัวแปรที่สำคัญในการศึกษาความสัมพันธ์ต่อรูปแบบการสื่อสารด้านอายุเพศ รายได้ และระดับการศึกษา ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในเขตจังหวัดสระบุรี จึงจำเป็นต้องนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ มาเป็นแนวทางในการแสวงหาข่าวสาร และเลือกเปิดรับข่าวสาร ของกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางในการวิจัยให้เกิดความสมบูรณ์

ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี

ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี ตั้งอยู่ที่ ตำบล ทับทิม อำเภอกำแพงคอย จังหวัดสระบุรี ให้บริการเกี่ยวกับรถยนต์ให้ยังคงอยู่ในสภาพที่ดีสามารถใช้งานได้ตามปกติซึ่งโดยถือการให้บริการขั้นพื้นฐานของการบำรุงรักษารถยนต์ เป็นอีกศูนย์บริการที่ดีที่สุดที่น่าจะเป็นตัวเลือกแรกๆสำหรับผู้รับบริการ ด้วยปรัชญาในการดำเนินงานที่ “เต็มที่เต็มร้อยเพื่อผู้รับบริการ” ภายใต้มาตรฐานคุณภาพ

ศูนย์บริการรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี มุ่งมั่นที่จะทำให้ผู้รับบริการพอใจในสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ผู้รับบริการจึงมั่นใจได้กับทุกบริการของที่นี่ ศูนย์บำรุงรักษารถยนต์มีผู้เชี่ยวชาญในการให้บริการยาง ซ่อมบำรุง ระบบเบรก แบตเตอรี่ ไข่อัพ ช่วงล่าง ระบบแอร์รถยนต์ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และซ่อมรอยแตกกระจก รถยนต์ จึงเป็นทางเลือกใหม่ของผู้ใช้รถยนต์ ด้วยการบริการที่ครบวงจรจากช่างผู้ชำนาญงานที่ผ่านการอบรม เฉพาะด้าน ซึ่งพร้อมให้คำแนะนำอย่างจริงจัง พร้อมอุปกรณ์ ที่ทันสมัย และมีสินค้าครบครันในราคามาตรฐาน คัดเลือกเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพ จากโรงงานผู้ผลิตชั้นนำจึงกล้ารับประกันสินค้าที่ได้รับบริการติดตั้ง ด้วยการ เปลี่ยนใหม่หรือคืนเงิน ผู้รับบริการจึงมั่นใจได้ว่า ผู้รับบริการจะได้รับการบริการและคำแนะนำที่ดีที่สุดเสมอ เพื่อความมั่นใจและปลอดภัยในการขับขี่ ในทางเดียวกัน เพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของรถยนต์ ศูนย์บริการ บำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรีมีสินค้าคุณภาพ และมาตรฐานการบริการต่างๆ โดยช่างผู้ชำนาญ

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ให้แก่กลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 400 ชุด แล้วนำข้อมูลที่ได้รับคืนจากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องในการ กำหนดรหัสและจัดลำดับข้อมูล เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ประมวลผลต่อไป

สถิติที่ใช้และวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

2.1 ค่าสถิติ Two Independent Sample t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม

2.2 ค่าสถิติ One-way ANOVA ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป สำหรับเปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการ บำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี และหากพบว่ามีค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะทำการเปรียบเทียบแบบรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ้ (Scheffit's Method) หรือ LSD

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ใช้บริการจำนวน 400 ชุด เป็นเพศชาย จำนวน 279 คน มีช่วงอายุอยู่ที่ 31-40 ปีจำนวน 136 คน มีรายได้อยู่ที่ 10,001-20,000 บาท จำนวน 180 คน และระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 194 คน

ส่วนที่ 2 สรุปผลระดับความคิดเห็นของ คุณภาพการให้บริการ

สรุปผลระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการสร้าง ความเชื่อมั่นในการให้บริการ ด้านสิ่งที่จับต้องได้ในการให้บริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่แก่ผู้ให้บริการ และด้าน การตอบสนองความต้องการแก่ผู้ให้บริการ โดยวิธีการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัด สระบุรี ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.761 มีระดับความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีรายละเอียดรายด้านดังต่อไปนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.788 โดย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมีการรับประกันอายุหลังการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นรักษาความลับของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด

2. การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.718 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยระดับ มากที่สุด รองลงมาเป็นผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ดี มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด

3. สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.759 โดย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเดินทางมาที่ศูนย์บริการง่าย เส้นทางไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ที่สุด รองลงมาเป็นสินค้าและบริการมีให้เลือกหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด

4. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.761 โดย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีเวลาเปิดปิดที่แน่นอน และเปิดเป็นประจำสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ที่สุด รองลงมาเป็นการต้อนรับใส่ใจและให้ความสำคัญแก่ผู้เข้ารับบริการอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ที่สุด

5. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และมีค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.779 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมีการนำเสนอ โปรโมชันต่างๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กลับมาใช้บริการในครั้งถัดไป มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นผู้ให้บริการให้ คำปรึกษาและบริการตลอดเวลาที่เข้ารับบริการ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานของการวิจัย : ผู้ที่มาใช้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี ที่มี เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษาที่ต่างกัน คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันหรือไม่พบว่า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี โดยใช้สถิติการทดสอบวิเคราะห์ T-test F-test และตั้งนี้ปัจจัยเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี

ปัจจัยอายุ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี ในช่วงอายุ 20-30 ปี และช่วงอายุ 41-50 ปี

ปัจจัยรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี

ปัจจัยระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี

การอภิปรายผลวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี สามารถอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เป็นชาย อยู่ในช่วงอายุ 30-40 ปี มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท และระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งสอดคล้องกับ กัลยรัตน์ ทองดี (2561) ซึ่งได้ศึกษาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ประเภท เร่งด่วน (Fast Fit) ของห้างหุ้นส่วนจำกัด คุณเฮงยางยนต์ เซอร์วิส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท และอชมา ชูแสง (2563) ซึ่งได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของอู่ซ่อมเครื่องยนต์และช่วงล่างรถยนต์ ในคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 29-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี

ด้านคุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการ พบว่า คุณภาพในการให้บริการของศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.788 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการรับประกันอายุหลังการให้บริการเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด รองลงมา การรักษาความลับของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก สอด

คล่องกับงานวิจัยของ กรกนก เบญจวรรณ, ดวงหทัย วิชาผา, เกศรินทร์ ประทุมมา, กัลยรัตน์ เข้มเงิน, นุชราภรณ์ เทียนบุตร, วันเกษม สุขะพิบูลย์ (2561) งานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ เรจากูรู (Rajaguru, 2016) ได้อธิบายว่า ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง การให้บริการของพนักงานที่เป็นมืออาชีพ เช่น การมีความระมัดระวังไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด มีการให้บริการที่ตรงต่อเวลาแก้ปัญหาให้แก่ผู้รับบริการได้ทันทีทันใด เป็นต้น

2. ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 อยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.718 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปมีความคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด รองลงมา ผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัคตรา ผ่าผล และ ดร.สุรภา ไถ่บ้านกวย2 (2564) งานวิจัยเรื่อง การจัดการคุณภาพการบริการของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ เรจากูรู (Rajaguru, 2016) ได้อธิบายว่า ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง การที่ผู้รับบริการรู้สึกปลอดภัยทุกครั้งเมื่อเข้ารับบริการ มีความพอใจกับพนักงานที่มีความสุภาพในการให้บริการ มีความเต็มใจในการตอบคำถาม และแก้ปัญหา เป็นต้น

3. ด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.759 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเดินทางมาศูนย์บริการง่าย เส้นทางไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด รองลงมา สินค้าและงานบริการมีให้เลือกหลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของอัชฌา ชูแสง (2563) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของอู่ซ่อมเครื่องยนต์และช่วงล่างรถยนต์ ในคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985: 99) ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) คือ สิ่งที่จับต้องได้ หรือปรากฏให้พบเห็น เช่น สถานที่อาคาร บุคคล วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เป็นต้น

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.761 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเวลาเปิดปิดที่แน่นอน และเปิดเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด รองลงมา การต้อนรับใส่ใจ และให้ความสำคัญแก่ผู้เข้ารับบริการอย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัชฌา ชูแสง (2563) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของอู่ซ่อมเครื่องยนต์และช่วงล่างรถยนต์ ในคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ เรจากูรู (Rajaguru, 2016) ได้อธิบายว่า การเอาใจใส่ดูแลผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง การที่ผู้รับบริการได้รับความสนใจจากพนักงานเป็นอย่างดี การเลือกเวลาที่ให้บริการที่

สะดวกตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และการทำความเข้าใจกับความต้องการของผู้ที่มารับบริการด้วยความตั้งใจ

5. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.779 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเสนอโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด รองลงมา ผู้ให้บริการให้คำปรึกษาและบริการตลอดเวลาที่เข้ารับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉมา ชูแสง (2563) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อกลับมาใช้บริการซ้ำของอุโมงค์รถยนต์และช่วงล่างรถยนต์ ในคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ เรจากรู (Rajaguru, 2016) ได้อธิบายว่า การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง การที่พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการทันทีในการให้บริการด้วยความเต็มใจตามความต้องการของผู้รับบริการ มีการติดตามดูแลภายหลังจากการเข้ารับบริการอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำเสนอผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำมาเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำข้อมูล คุณภาพการให้บริการ มาปรับใช้ และพัฒนากลยุทธ์การให้บริการดังต่อไปนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการรับประกันอายุของชิ้นส่วน หลังจากทำการซ่อมบริการเสร็จแล้ว ดังนั้นผู้ประกอบการควรใส่ใจขั้นตอนในเรื่องของการซ่อมควรมีการพัฒนาทักษะพนักงานช่างให้มีความรู้ในด้านการถอดประกอบตามคู่มือเพื่อลดปัญหาและยืดอายุของอะไหล่ให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

2. ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ (Assurance) ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ ค่าใช้จ่ายที่เสียไปมีความคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการให้บริการลูกค้าด้วยความจริงใจ ใส่ใจในรายละเอียดของงานบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและคิดว่าคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องจ่ายให้กับงานบริการในแต่ละครั้ง

3. ด้านสิ่งจับต้องได้ (Tangibles) ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ การเดินทางมาศูนย์บริการง่าย เส้นทางไม่ซับซ้อน ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้งศูนย์บริการควรอยู่ในที่ที่ลูกค้าสามารถเดินทางไปได้สะดวก ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน และควรสังเกตเห็นได้ง่าย

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับเวลาเปิดปิดที่แน่นอน และเปิดเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึง การมีเวลาที่เปิดปิดที่แน่นอน เปิดเป็นประจำ มีการแจ้งเวลาเปิดปิดในช่องทางออนไลน์ ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเข้าไปตรวจสอบเช็คเวลาทำการของศูนย์บริการได้ง่ายเพื่อลดการเสียเที่ยวในการเดินทางเข้ารับบริการ

5. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการให้ความสำคัญการเสนอโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีช่วงในการจัดโปรโมชั่น เพื่อเพิ่มยอดขายและยอดซื้อบริการให้มากขึ้น มีการกระจายข่าวสารช่วงโปรโมชั่นในช่องทางต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงข่าวสารและมีการวางแผนการเข้ารับบริการได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้ที่สนใจศึกษาวิจัยครั้งต่อไป สามารถขยายผลการศึกษาเพิ่มเติมได้ดังนี้

1. ควรพิจารณาศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม อันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ เช่น ปัจจัยความพึงพอใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า
2. ควรพิจารณาศึกษาคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์เพิ่มเติม เช่น ช่องทางการให้บริการ ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการต่อครั้ง ช่องทางการสั่งซื้ออะไหล่เพื่อนำไปทำการเปลี่ยนเอง เป็นต้น
3. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ในพื้นที่อื่น นอกเหนือจากผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. อาจารย์ ปิยวัฒน์ ปิ่นประชาสรร

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
การศึกษา

-Central Queensland University, Melbourne, Australia Master of Management, Marketing Management,

-Srinakarinwirot University, Bangkok, Thailand Bachelor of Art, Eco-Tourism and Hospitality (international program)

2. นาย ชญา พรคงวิวัฒน์

วันเดือนปีเกิด วันที่ 31 เดือน มีนาคม พุทธศักราช 2513

ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 199/381 หมู่ 4 ตำบลหนองหอย อำเภอ เมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50000

โทรศัพท์ 086-1168444

ตำแหน่งงานปัจจุบัน ผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายบริการเครื่องจักรกลหนัก

ประสบการณ์การทำงาน บริษัท บางกอกโคมิตซูเซลส์ จำกัด 28/9 หมู่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23

ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570

ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2551 ปริญญาโท หลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา เทคโนโลยี

สารสนเทศและการจัดการ จาก มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3. นาย ธนศักดิ์ รัตน โอภาส

ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป

Linde Material Handling (Thailand)Co.,Ltd.

เอกสารอ้างอิง

กัลยรัตน์ ทองดี (2561) การวิจัยเรื่อง แนวทางการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการศูนย์บริการบำรุงรักษา รถยนต์ประเภทเร่งด่วน (Fast Fit) ของห้างหุ้นส่วนจำกัด คุณเฮงยางยนต์ เซอร์วิส
<http://ir.mju.ac.th/dspace/bitstream/123456789/129/1/5806401057.pdf>

ปรีชญ์ปวิน พงษ์เสริม (2560) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการรถยนต์มิตซูบิชิ ไทย ราชอาณาจักร จำกัด จังหวัดฉะเชิงเทรา
http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/58930029.pdf

ปัญญาพล จันผ่อง , วอนชนก ไชยสุนทร (2561) งานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของ
 ไซร์ูมรถยนต์ ในเขตภาคกลางของประเทศไทย
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fam/article/download/207095/143902/>

กรกนก เบญจวรรณ, ดวงหทัย วิชาพา, เกศรินทร์ ประทุมมา, กัลยรัตน์ เข็มเงิน ,นุชราภรณ์ เทียนบุตร,วันเกษม
 สุขะพิบูลย์ (2561) งานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์รถยนต์ใน
 เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

สุภักตรา ผ่าผล และ ดร.สุรภา ไถ่บ้านกวย2 (2564) งานวิจัยเรื่อง การจัดการคุณภาพการบริการของศูนย์บริการ
 รถยนต์โตโยต้า ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
http://www.vl-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2563-1-1_1623676248.pdf

นางสาวดวงพร พึ่งจิตร (2557) การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ในเขต
 อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2014/TU_2014_5602010018_669_309.pdf

อัชฌา ชูแสง (2563)คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ซ่อมรถยนต์และช่วงล่างรถยนต์ ในเขตตำบลคลองสาม อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

http://www.vl-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2563-1-1_1623676248.pdf

จินฉวีวัฒน์ อัสวเรืองชัย,ประยงค์ มีใจซื่อ และ นรพล จินันท์เดช (2565)ผลกระทบของความภักดีต่อศูนย์บริการการซ่อมตัวถังและสีรถยนต์และบุปปัจจัย ที่มีต่อความภักดีต่อตราสินค้ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/255738>

ทรัพย์ อมรภิญโญ (2561)รูปแบบการจัดบริการของศูนย์บริการรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประเทศไทย http://acad.vru.ac.th/Journal/journal%208_1/8_1_01.pdf

จารุภรณ์ ทองเครื่อง .(2562).พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการผู้ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดกระบี่. ใน การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติครั้งที่ 2 (1239). สงขลา:มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

<http://human.skru.ac.th/husoconference/conf/P52.pdf>