

# คุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี

## SERVICE QUALITY OF STANDARD AUTOBODY REPAIR AND PAINTING SERVICE CENTER IN NONTHABURI PROVINCE

สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ<sup>1</sup>

ธนาชาติ ประทุมสวัสดิ์<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยอื่นที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี 2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี และ 3) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี ประชากรคือผู้ใช้บริการศูนย์ในเขตจังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, t-test และ Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/

บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย/สถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสามารถอธิบายความแปรปรวน ( $R^2$ ) ของคุณภาพการให้บริการได้ร้อยละ 28.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยอื่นที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการได้แก่ ด้านคู่แข่ง ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ พบว่ามีผลต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก สามารถอธิบายความแปรปรวน ( $R^2$ ) ของคุณภาพการให้บริการได้ร้อยละ 2.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการบริการได้แก่ ด้านเวลา ด้านบุคลากรและด้านสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนผลการวิเคราะห์การยอมรับในมาตรฐานคุณภาพการให้บริการในทุกๆ ด้านของศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ใน

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

<sup>2</sup> ผู้อำนวยการโครงการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

จังหวัดนนทบุรีเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** ศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ มาตรฐาน คุณภาพการให้บริการ มาตรฐานการให้บริการ

### Abstract

The purpose of this research were to 1) study the service marketing mix factors and other factors affecting the service quality of the standard Auto body and Painting Repair Service Center. 2) study the problem and obstacles affecting the service quality. and 3) study the quality in service provided of Auto body and Painting Service Center in Nonthaburi Province. The population is those who have used the service of Service Center in Nonthaburi. There are many and do not know the exact number. The samples were 400 persons. Instrument used to collect the data was questionnaires. Statistics used in the research were percentage, mean, standard deviation, t-test and Regression Analysis.

The study found that the seven of service marketing mix factors are as product/service, price, place, promotion, personnel, process and physical aspects in overall was at a high level of an effect on the service quality. The variance ( $R^2$ ) of

service quality was 28.10% as statistically significant at the .05 level. Other factors that affected the quality of service at a high level. The variance ( $R^2$ ) of service quality was 2.50% as statistically significant at the .05 level. The problem and obstacles affecting service quality were personnel time and location and equipment in overall the average was low level. The result of the analysis of acceptance in service quality standards of Auto body and Painting Service Center in Nonthaburi were accepted at a significant level of .05

**Keywords :** Standard Auto body and Painting Repair Center, Service Quality, Service Standard

### บทนำ

รถยนต์มีความจำเป็นในการดำเนินชีวิตของคนเราในปัจจุบัน ซึ่งมีอาจขาดได้ การผลิตรถยนต์ในประเทศแต่ละเดือนแต่ละปีก็มีจำนวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เมื่อปีที่ผ่านมาคือ พ.ศ. 2560 ยอดผลิตรถยนต์ในประเทศประมาณ 1,988,823 คัน ยอดขายในประเทศ 877,650 คัน (กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก, 2560) เมื่อรถยนต์มีความจำเป็นเมื่อมีการใช้รถใช้ถนนย่อมมีการเกิดอุบัติเหตุสำหรับในประเทศไทยแล้ว จำนวนการเกิดอุบัติเหตุของรถยนต์ทุกประเภทประมาณ 85,812 รายในปี พ.ศ. 2560 (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2560) อุบัติเหตุเกิดขึ้นได้

ตลอดเวลาทำให้เกิดความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สิน ในส่วนของตัวรถยนต์เมื่อเสียหายก็ต้องนำเข้าซ่อมให้สู่สภาพเดิมและนำกลับมาใช้ได้อย่างเป็นปกติ เมื่อรถยนต์เกิดความเสียหายจึงทำให้เกิดธุรกิจอู่หรือศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ รวมไปถึงอุปกรณ์อื่นๆ ซึ่งธุรกิจเกิดขึ้นภายใต้ความร่วมมือกับบริษัทประกันภัยรถยนต์บริษัทต่างๆ รวมถึงศูนย์ซ่อมอิสระที่ไม่ได้ร่วมมือกับบริษัทประกันภัยใดๆ และยังมีศูนย์ซ่อมของตัวแทนจำหน่ายผู้ผลิตรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ที่มีมาตรฐานทั่วประเทศ

สำหรับในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรีนั้นมีธุรกิจซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์อยู่มากมายที่มีมาตรฐานที่เป็นทั้งศูนย์ซ่อมฯ อิสระขนาดใหญ่และขนาดย่อม รวมถึงศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ของตัวแทนจำหน่ายผู้ผลิตรถยนต์ ซึ่งมีอยู่จำนวน 95 แห่ง (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี, 2560) ซึ่งเป็นสถานประกอบการซ่อมตัวถังและสีรถยนต์ที่มีมาตรฐานและมีใบอนุญาตประกอบธุรกิจถูกต้อง

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ที่อยู่ในพื้นที่ 6 อำเภอของจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากผู้วิจัยมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนนทบุรีจึงต้องการศึกษาเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการพนักงานทุกประเภทของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานและเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในประเด็นที่เห็นว่ายังบกพร่อง ยังไม่ได้มาตรฐานที่ดีพอให้ดียิ่งขึ้น เพื่อช่วยเพิ่ม

ประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่ศูนย์ซ่อมรถยนต์สืบไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อระดับคุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี

### สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยอื่นมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ในจังหวัดนนทบุรี
2. คุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ทุกแห่งในเขตจังหวัดนนทบุรีเป็นที่ยอมรับจากผู้ใช้บริการว่าอยู่ในระดับมาตรฐาน

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
  - 1.1 ประชากร คือ ประชาชนผู้ที่เข้าใช้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานจำนวน 95 แห่งในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน
  - 1.2 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 รายได้

จากการคำนวณจากสูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนลูกค้ายที่เข้ามาใช้บริการที่แน่นอนของคอคแรน (Cochran, 1977) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาจากศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานใน 6 อำเภอของจังหวัดนนทบุรี

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพการบริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี

4. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

#### 4.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 P's

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)

1.2 ด้านราคา (Price)

1.3 ด้านสถานที่ (Place)

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.5 ด้านบุคลากร (People)

1.6 ด้านกระบวนการ (Process)

1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

2) ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ

2.1 คู่แข่งขัน

2.2 สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

2.3 เศรษฐกิจ

3) ปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการ

3.1 ด้านเวลา

3.2 ด้านบุคลากร

3.3 ด้านสถานที่และเครื่องมือ

อุปกรณ์

4.2 ตัวแปรตาม คือคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ประกอบด้วย

1) คุณภาพด้านเวลา

2) คุณภาพด้านบุคลากร

3) คุณภาพด้านสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์

5. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561 รวมระยะเวลาในการศึกษา 3 เดือน

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในเขตจังหวัดนนทบุรี

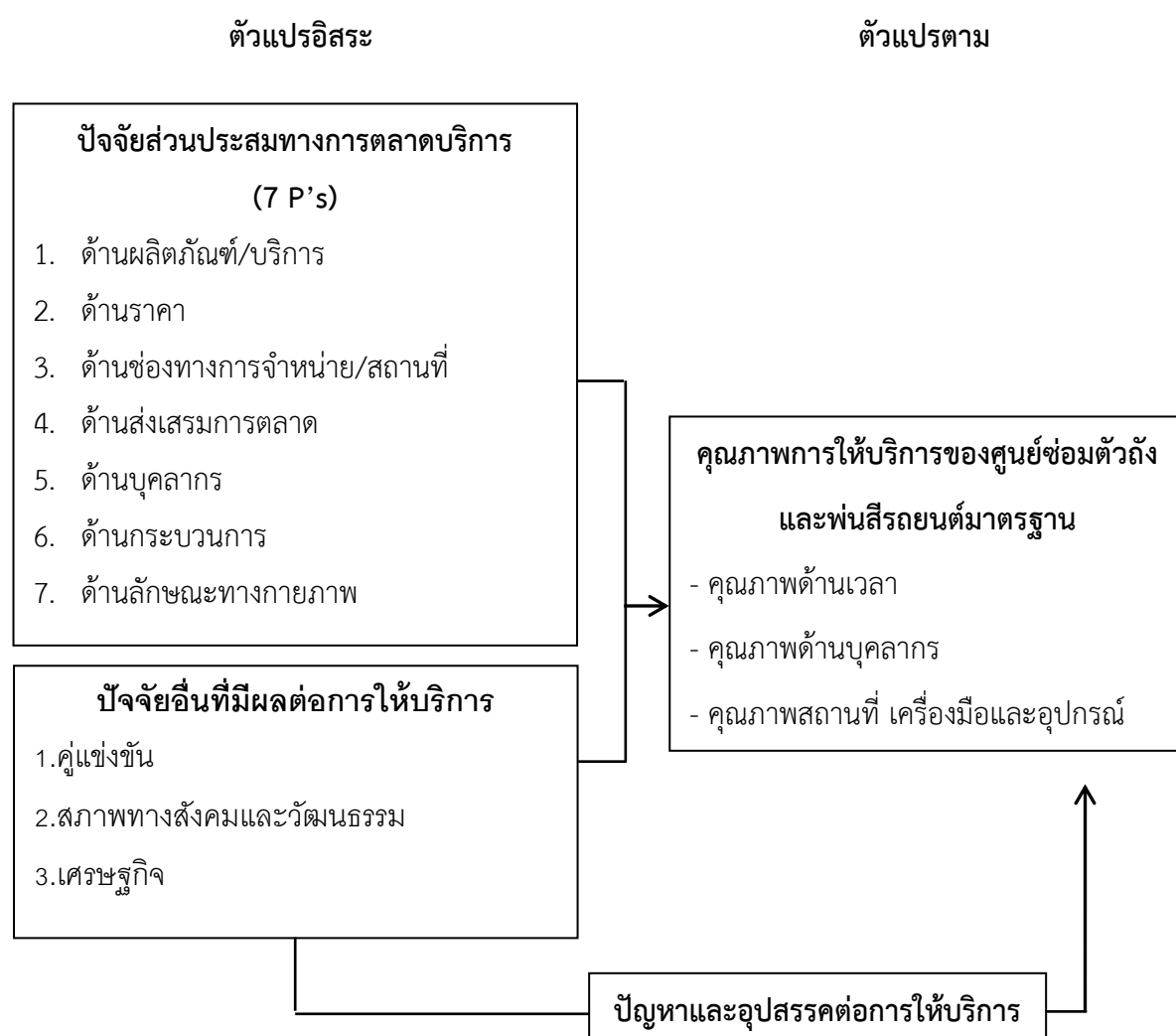
2. ทำให้ทราบปัจจัยด้านการตลาดบริการที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในเขตจังหวัดนนทบุรี

3. ทำให้ทราบถึงระดับคุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในเขตจังหวัดนนทบุรี

4. ผลของการวิจัยสามารถนำไปในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริการให้สนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุดและเพื่อดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี นั้นผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสังเคราะห์ในการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่ใช้ศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากไม่ทราบ จำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาด ของกลุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณโดยใช้สูตรของ คอแครน (Cochran, 1977) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ ตามสะดวก (Convenience Sampling)

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ใช้วัดประเมินคุณภาพการบริการ ของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานใน จังหวัดนนทบุรี โดยแบบสอบถามได้ออกแบบเพื่อ ตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดย ประกอบไปด้วย 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบ ตรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยอื่นโดยใช้ เกณฑ์การวัดระดับของการมีผลต่อคุณภาพการ บริการ โดยมาตรวัดมี 5 ระดับตามแบบ Likert Scale คือ หมายเลข 1 หมายถึงมีผลน้อยที่สุด ไป จนถึงหมายเลข 5 คือระดับที่มีผลมากที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและ อุปสรรคต่อคุณภาพการบริการโดยใช้เกณฑ์การวัด ระดับปัญหาและอุปสรรคด้วยมาตรวัด 5 ระดับ ตามแบบ Likert Scale คือหมายเลข 1 หมายถึง ระดับปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด ไปจนถึง

หมายเลข 5 หมายถึงระดับปัญหาและอุปสรรค น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการ ให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ มาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การวัดระดับแบบ Likert Scale คือหมายเลข 1 น้อยที่สุดไปจนถึง หมายเลข 5 หมายถึงมากที่สุด

### 3. การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการ ทดสอบเครื่องมือทั้ง 2 ด้าน ซึ่งได้แก่ 1) ด้านความ เทียงตรง (Validity) เพื่อหาว่าเครื่องมือที่ใช้เก็บ ข้อมูลนั้นมีความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ โดย วัดความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ได้ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาเท่ากับ 0.927 2) ด้านความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดสอบกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา จำนวน 30 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาความ เชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิง สำรวจโดยมุ่งศึกษาความสำคัญทางด้านปัจจัยทาง การตลาดบริการ ปัจจัยอื่นๆ ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถัง และพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี โดยมี แหล่งข้อมูลของการวิจัย ดังนี้

4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมได้จากการใช้แบบสอบถามกับ กลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปที่เข้าใช้บริการใน ศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน ทั้ง 95 แห่ง ในพื้นที่ 6 อำเภอในจังหวัดนนทบุรี

จำนวน 400 ราย

4.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมได้จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นิติสาร วารสาร หนังสือ ตำราและจากอินเทอร์เน็ต

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

5.1 ใช้สถิติบรรยายพื้นฐานเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยอื่นๆ ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการและคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2 ใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานได้แก่ t-test และ Regression Analysis

#### สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ ) ทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านบุคลากร ( $\bar{X}=3.95$ ) รองลงมาคือด้านราคา ( $\bar{X}=3.94$ ) ด้านช่องทางการจำหน่าย/สถานที่ ( $\bar{X}=3.94$ ) ด้านกระบวนการ ( $\bar{X}=3.93$ ) ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X}=3.86$ ) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ( $\bar{X}=3.86$ ) และสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}=3.85$ )

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ( $\bar{X}=3.89$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านคู่แข่งชั้น ( $\bar{X}=3.90$ ) รองลงมาคือด้านเศรษฐกิจ ( $\bar{X}=3.90$ ) และลำดับสุดท้ายคือด้านสภาพสังคมและวัฒนธรรม ( $\bar{X}=3.88$ ) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=3.92$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่น้อยเป็นอันดับแรกคือด้านสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ ( $\bar{X}=3.96$ ) รองลงมาคือด้านบุคลากร ( $\bar{X}=3.92$ ) และด้านสุดท้ายคือด้านเวลา ( $\bar{X}=3.88$ ) ตามลำดับ ดังนั้นปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการอยู่ในระดับน้อยไม่มีผลกระทบต่อการทำงานของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี

4. ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.87$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากคือด้านสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ ( $\bar{X}=3.93$ ) รองลงมาคือด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ( $\bar{X}=3.90$ ) และลำดับสุดท้ายคือด้านเวลาในการให้บริการ ( $\bar{X}=3.86$ ) ตามลำดับ

5. ผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพ

การให้บริการของศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสี  
รถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี

ตัวแปรอิสระประกอบด้วย

$X_1$  แทน ด้านผลิตภัณฑ์

$X_2$  แทน ด้านราคา

$X_3$  แทน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

$X_4$  แทน ด้านส่งเสริมการตลาด

$X_5$  แทน ด้านบุคคล

$X_6$  แทน ด้านกระบวนการ

$X_7$  แทน ด้านลักษณะทางกายภาพ

ตัวแปรตาม คือ

$Y$  แทน คุณภาพการให้บริการ

ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติของตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดที่ใช้พยากรณ์ตัวแปรตาม  $Y$

| Model<br>(คุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อม<br>ตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน) | Unstandardized<br>Coefficients |            | Standardized<br>Coefficients | t.    | Sig.  |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------|------------------------------|-------|-------|
|                                                                          | B                              | Std. Error | Beta                         |       |       |
| (Constant)                                                               | 2.024                          | .242       |                              | 8.350 | .000  |
| 1.ด้านผลิตภัณฑ์ ( $X_1$ )                                                | -.018                          | .038       | -.021                        | -.477 | .634  |
| 2.ด้านราคา ( $X_2$ )                                                     | .012                           | .028       | .020                         | .441  | .659  |
| 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $X_3$ )                                     | .072                           | .029       | .123                         | 2.502 | .013* |
| 4.ด้านส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ )                                          | -.010                          | .030       | -.016                        | -.327 | .744  |
| 5.ด้านบุคลากร ( $X_5$ )                                                  | .148                           | .030       | .243                         | 5.009 | .000* |
| 6.ด้านกระบวนการ ( $X_6$ )                                                | .148                           | .030       | .241                         | 4.954 | .000* |
| 7.ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $X_7$ )                                          | .169                           | .031       | .242                         | 5.407 | .000* |
| R = 0.530, R Square = 0.281, F = 21.916, Sig. = 0.000*                   |                                |            |                              |       |       |
| *อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05                                    |                                |            |                              |       |       |

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี ในจังหวัดนนทบุรี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ เท่ากับ 0.530 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวน ( $R^2$ ) ของคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน ได้

ร้อยละ 28.10

เมื่อพิจารณาจากค่า  $F$  มีค่าเท่ากับ 21.916 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig. = 0.013) ด้านบุคลากร (Sig. = 0.000) ด้านกระบวนการ (Sig. = 0.000) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Sig. = 0.000) เมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ด้านบุคลากร (Beta = 0.243) มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี มากที่สุด และด้านลักษณะทางกายภาพ (Beta = 0.242) ด้านกระบวนการ (Beta = 0.241) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Beta = 0.123) ตามลำดับ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม Y ที่ดีที่สุดในรูปแบบของสมการดังนี้

$$Y = 2.024 + 0.072X_3 + 0.148X_5 + 0.148X_6 + 0.169X_7$$

จากสมการเชิงเส้นดังกล่าว จะเห็นได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ (B) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (B=0.072) ด้านบุคลากร (B=0.148) ด้านกระบวนการ (B=0.148) และด้านลักษณะทางกายภาพ (B=0.169) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ถือว่ามีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ดังนี้

หากความคิดของผู้บริโภคเรื่องด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน เพิ่มขึ้น 0.072 ด้านบุคลากรเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน เพิ่มขึ้น 0.148 ด้านกระบวนการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน เพิ่มขึ้น 0.148 และด้านลักษณะทางกายภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน เพิ่มขึ้น 0.169

6. ผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการให้บริการที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี

ตัวแปรอิสระประกอบด้วย

$b_1$  แทน ด้านคู่แข่ง

$b_2$  แทน ด้านสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

$b_3$  แทน ด้านเศรษฐกิจ

ตัวแปรตาม คือ

Y แทน คุณภาพการให้บริการ

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติของตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดที่ใช้พยากรณ์ ตัวแปรตาม Y

| Model<br>(คุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถัง<br>และพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน) | Unstandardized<br>Coefficients |            | Standardized<br>Coefficients | t.     | Sig.  |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------|------------------------------|--------|-------|
|                                                                          | B                              | Std. Error | Beta                         |        |       |
| (Constant)                                                               | 4.102                          | .183       |                              | 22.467 | .000  |
| 1.ด้านคู่แข่งชั้น (b <sub>1</sub> )                                      | .019                           | .030       | .035                         | .647   | .518  |
| 2.ด้านสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม (b <sub>2</sub> )                          | -.068                          | .029       | -.126                        | -2.345 | .020* |
| 3.ด้านเศรษฐกิจ (b <sub>3</sub> )                                         | .092                           | 0.37       | .131                         | 2.481  | 0.14* |
| R = 0.158, R Square = 0.025, F = 3.375, Sig. = 0.018*                    |                                |            |                              |        |       |
| *อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05                                    |                                |            |                              |        |       |

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการให้บริการที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.158 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวน (R<sup>2</sup>) ของคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน ได้ร้อยละ 2.5

เมื่อพิจารณาจากค่า F มีค่าเท่ากับ 3.375 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.018 แสดงว่าตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม และด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ด้านสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม (Sig.=0.020\*) และด้านเศรษฐกิจ (Sig.= 0.014\*) เมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ด้านเศรษฐกิจ

(Beta= -0.131) มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี มากที่สุด และด้านสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม (Beta= -0.126) ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังสามารถเขียนสมการทำนายคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน ได้ดังนี้

$$Y=4.102 + -0.068b_2 + 0.092b_3$$

จากสมการเชิงเส้นดังกล่าว จะเห็นได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ (B) ด้านสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม (b= -0.068) และด้านเศรษฐกิจ (B= 0.092) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ถือว่ามีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ดังนี้

หากความคิดของผู้บริโภคเรื่องด้านสภาพทาง

สังคมและวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน เพิ่มขึ้น -0.068 และด้านเศรษฐกิจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน เพิ่มขึ้น 0.092

7. ผลการวิเคราะห์การยอมรับมาตรฐานคุณภาพของการให้บริการของศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน ทั้ง 95 แห่ง ในจังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การยอมรับในมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ

| คุณภาพการให้บริการ                             | $\bar{X}$ | S.D. | t-test | Sig.  |
|------------------------------------------------|-----------|------|--------|-------|
| ด้านเวลา                                       | 3.86      | .651 | 13.865 | .000* |
| ด้านบุคลากร                                    | 3.90      | .673 | 14.407 | .000* |
| ด้านสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ | 3.93      | .689 | 15.191 | .000* |
| ภาพรวม                                         | 3.90      | .630 | 15.448 | .000* |

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่ามาตรฐานคุณภาพการให้บริการในทุกๆ ด้านของศูนย์บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในเขตจังหวัดนนทบุรี เป็นที่ยอมรับของลูกค้าผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### อภิปรายผล

ผลของการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผลดังนี้ ประเด็นที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทาง

กายภาพ รวมไปถึงปัจจัยด้านอื่นที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้คือ คู่แข่งขัน สภาพสังคมและวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ มีผลต่อระดับการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัชฌา สมบูรณ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธุรกิจซ่อมตัวถังและสีรถยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมากตั้งแต่เริ่มรับรถจนกระทั่งส่งมอบรถให้กับลูกค้าและหวังว่าลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการซ้ำเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาและงานวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เชิดศักดิ์ จงวรรณศิริ (2551) ได้ศึกษาเรื่องสาเหตุการลดลงของผู้ใช้บริการและนำเสนอกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประกอบ

การของบริษัท กรณี บริษัท เจ อาร์ การาจ จำกัด พบว่าสาเหตุที่ทำให้บริษัทมียอดบริการและกำไรลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นเพราะภายในอุตสาหกรรม การบริการซ่อมรถยนต์มีการแข่งขันสูงมีการแย่งลูกค้ากันมากขึ้น จึงแก้ไขด้วยการนำกลยุทธ์เพื่อ ความอยู่รอดของธุรกิจบริการคือการนำกลยุทธ์เพื่อ การสร้างความแตกต่างมาใช้ โดยเน้นคุณภาพการ ซ่อมที่ใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูง ช่างที่มีประสบการณ์ และมีฝีมือที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้บริษัท สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการต่อไปได้ อีกประเด็นหนึ่งก็คือ ระดับปัญหาและอุปสรรคใน การให้บริการและคุณภาพการบริการในด้านของ เวลา ด้านบุคลากรไม่ว่าจะเป็นพนักงานส่วนหน้า หรือพนักงานช่าง ด้านสถานที่และอุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการบริการ พบว่ามีปัญหาและ อุปสรรคบ้างแต่อยู่ในระดับน้อย เพราะศูนย์ซ่อม ค่อนข้างมีมาตรฐาน เนื่องจากศูนย์ซ่อมฯ เป็นศูนย์ ที่บริษัทประกันภัยให้ความไว้วางใจในคุณภาพและ ศูนย์ซ่อมฯ ยังเป็นสมาชิกสมาคมอยู่กลางการ ประกันภัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ เกี่ยวข้องกับลักษณะคุณสมบัติของการเป็นสมาชิก สมาคมอยู่กลางการประกันภัย (2554) ซึ่งได้กำหนด คุณสมบัติของการเป็นอยู่สมาชิกและมีการ ตรวจสอบและประเมินคุณสมบัติอย่างสม่ำเสมอ เพื่อมิให้เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการ ลูกค้าในทุกๆ ประเภทเทียบเท่าได้กับศูนย์บริการ ของตัวแทนจำหน่ายผู้ผลิตรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยและอภิปรายผลของการ ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของศูนย์บริการ

ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัด นนทบุรี ครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรืองานบริการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ ของศูนย์ซ่อมในเรื่องของการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าให้ มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน การให้ความชัดเจนใน ด้านข้อมูลรายละเอียดของงานที่ซ่อมกับลูกค้า ระหว่างการดำเนินการและการส่งมอบรถที่ซ่อม เสร็จสมบูรณ์ เพื่อมิให้เกิดปัญหาในการ ส่งมอบ
2. ด้านราคา ผู้ประกอบการควรให้ ความสำคัญในเรื่องราคาซ่อมการให้บริการอื่นๆ ที่ เหมาะสมกับคุณภาพไม่แพงมาก เป็นราคาที่ลูกค้า สามารถจ่ายได้อย่างพึงพอใจจนเป็นราคาที่ตกลง กันกับบริษัทประกันภัย ถ้าหากเป็นราคาที่ลูกค้า ต้องจ่ายเพิ่มควรให้มีความเหมาะสม
3. ด้านช่องทางการจำหน่ายหรือช่องทางการ ให้บริการหรือสถานที่ทางศูนย์ซ่อมควรเปิดบริการ ทุกวันไม่มีวันหยุด เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าที่มี ปัญหาด้านเวลาที่ต้องใช้เวลาเข้ารับบริการเฉพาะ ในวันหยุดเท่านั้น
4. ด้านส่งเสริมการตลาด ควรให้ความสำคัญ กับเทคโนโลยีทางการซ่อมใหม่ๆ ทันสมัยไม่ว่าจะ เป็นวัสดุอุปกรณ์ มีการจัดทำสื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ การดูแลรักษารถยนต์ การขับอย่างปลอดภัย โดย ให้ความรู้ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์หรือทาง จดหมาย เป็นต้น
5. ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรเน้นการ สรรหาบุคลากรที่มีประสบการณ์เป็นมืออาชีพ ทั้ง พนักงานส่วนหน้าที่รับงานบริการและพนักงานช่าง

ภายในศูนย์ซ่อมฯ และให้ความสำคัญกับระเบียบเครื่องแต่งกายที่สร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้า

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ควรจัดระบบงานบริการที่ง่ายสะดวกและมีประสิทธิภาพในแต่ละกระบวนการ และสามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอนเมื่อเกิดปัญหา

7. ลักษณะทางกายภาพ การจัดศูนย์ซ่อมฯ ทั้งในสำนักงานและพื้นที่ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์อย่างเป็นสัดส่วนที่ชัดเจนในแต่ละโซน มีบรรยากาศที่ดีต่อการทำงานของพนักงาน ในส่วนงานบริการและต้อนรับลูกค้ามีพื้นที่ไว้สำหรับรับรองลูกค้า มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้ให้กับลูกค้า เช่น โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ เครื่องดื่ม นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

8. คุณภาพการให้บริการในด้านเวลา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในด้านเวลานัดหมาย เวลาที่ใช้ในการซ่อมฯ และอย่างเคร่งครัดตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้ เมื่อเกิดปัญหาด้านเวลาต้องดำเนินการแจ้งลูกค้าให้ทราบล่วงหน้าและอธิบายเกี่ยวกับเหตุผลของการผัดนัดด้วย

9. คุณภาพการให้บริการด้านบุคลากร โดยเฉพาะช่างซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ ควรมีช่างที่มีประสบการณ์สูงฝีมือดี และมีอย่างพอเพียงและสม่ำเสมอ มีการเพิ่มพูนความรู้ให้กับบุคลากรในเทคนิคใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างคุณภาพงานบริการในด้านของบุคลากรของศูนย์ซ่อมฯ

10. คุณภาพการบริการด้านสถานที่ เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการ รวมไปถึงวัสดุที่นำมาใช้กับการซ่อมที่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับความเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์ซ่อมในทุกๆ โซนต้องมีความสะดวกในทำงานการติดต่องาน ระบุสถานที่อย่างชัดเจน จัดหาเครื่องมือที่มีคุณภาพสูง วัสดุคุณภาพดี เพื่อเป็นการเพิ่มผลผลิตให้กับศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานและต้องเป็นมาตรฐานจริงๆ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเชิงเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของศูนย์ซ่อมฯ ในจังหวัดนนทบุรีแต่ละราย รวมไปถึงศูนย์ซ่อมฯ ของตัวแทนจำหน่ายผู้ผลิตรถยนต์ในแต่ละยี่ห้อด้วย เพื่อให้รู้ว่าศูนย์ซ่อมฯ ใดมีระบบการจัดการคุณภาพที่ประสบความสำเร็จ

2. ศึกษาเหตุที่ทำให้ศูนย์ซ่อมฯ ขนาดกลางและขนาดเล็กที่ยังมิได้เป็นสมาชิกสมาคมอยู่กลางการประกันภัยและแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการให้บริการซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ในกลุ่มขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีคุณสมบัติพร้อมเข้าสู่การเป็นสมาชิกอยู่กลางการประกันภัยที่มีมาตรฐานได้

### บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางบก กองแผนงาน กลุ่มสถิติการขนส่ง. จำนวนรถจำแนกตามประเภทรถยนต์ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [http://apps.dlt.go.th/statistics\\_web/vehicle.html](http://apps.dlt.go.th/statistics_web/vehicle.html).
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2547. *คู่มือเริ่มต้นธุรกิจอยู่ซ่อมรถยนต์*. นนทบุรี : สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ.
- ชัชฌา สมบูรณ์. 2556. คุณภาพการให้บริการของธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีรถยนต์ ในจังหวัดเชียงราย (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้).
- เชิดศักดิ์ จอจวรรณศิริ. 2551. การศึกษาสาเหตุจำนวนการลดลงของผู้ใช้บริการและนำเสนอกลยุทธ์เพื่อเพิ่มผลประกอบการของบริษัท กรณีศึกษา : บริษัท เจ อาร์ การาจ จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).
- ชัยสมพล ช่างประเสริฐ. 2549. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. 2544. *คู่มือบริหารศูนย์บริการซ่อมตัวถังและสีรถยนต์*. สมุทรปราการ : บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด.
- ประชา จิตวิทยาการ. 2552. คุณภาพบริการในทัศนะของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการ บริษัท โตโยต้า บอดี เซอร์วิส จำกัด สาขาสุขุมวิท เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).
- วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์. 2543. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2560. ภาพรวมสถานการณ์อุตสาหกรรมยานยนต์ปี 2560. หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคการผลิตและส่วนประกอบธุรกิจ สาขา ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก.
- สมาคมผู้กลางการประกันภัย. 2554. คุณสมบัติผู้กลาง. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2561, จาก [http://u-klang.com/?page\\_id=56](http://u-klang.com/?page_id=56).
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. 2560. รายงานสรุปสถิติการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ 2560. (Online) [www.royalthaipolice.go.th](http://www.royalthaipolice.go.th) 5 มีนาคม 2561.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี. (2560). ศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานของจังหวัดนนทบุรี สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2561 จาก <http://www.industry.go.th/nonthaburi/>.
- สันติชัย ชุ่มมงคล. 2554. แนวทางการบริการของู่เคาะทำสีรถยนต์ กรณีศึกษา อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง).
- Cochan, W.G. 1977. Sampling Techniques 2<sup>nd</sup> ed., New York : John Wiley and Sons, Inc.