วิทยานิพนธ์เรื่อง	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถยนต์ บริษัท โตโยต้า จำกัด
คำสำคัญ	ความพึงพอใจ / การใช้บริการ
นักศึกษา	นางสาววรพรรณ แตงอ่อน
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ระโหฐาน
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของบริษัท โตโยต้า จำกัด 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ของบริ ษัท โต โยต้า จำกัด 3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้ของบริษัท โตโยต้า จำกัด 4) เพื่อศึกษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการของบริษัท โตโยต้า จำกัด กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่ใช้บริการบริษัท โตโยต้า จำกัด สาขาพัทยา จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งหมด 2) ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถยนต์ ของลูกค้าบริษัท โตโยต้า จำกัดไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ ระดับการศึกษา มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 3)พฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ ด้านความถี่ที่ใช้บริการ ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง และด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ด้านวัตถุประสงค์การใช้บริการ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 4) ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถยนต์ ด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถยนต์ ของลูกค้าบริษัท โตโยต้า จำกัด ในขณะที่ด้านความถี่ที่ใช้บริการ ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ด้านวัตถุประสงค์การใช้บริการ และด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถยนต์ ของลูกค้าบริษัท โตโยต้า จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

SPU CHONBURI

TITLE	Factors Affection Satisfaction of Car Repair Service center of Toyota Company Limited
KEYWORD	Satisfaction / Service
STUDENT	Worraphan Tangon
ADVISOR	Assistant Professor Dr. Jiraporn Rahothan
LEVEL OF STUDENT	Master of Business Administration
FACULTY	Graduate College of Management, Sripatum University Chonburi Campus
ACADEMIC YEAR	2021

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the level of satisfaction in using the services of Toyota Company Limited, 2) to compare the satisfaction of services classified by the demographic of customers of Toyota Company Limited, 3) to compare the satisfaction of services classified by the customers' behaviour of Toyota Company Limited, and 4) to study the level of relationship between customers behaviour and the customers' satisfaction of Toyota Company Limited. The sample was from the Pattaya branch of 400 customers. the results were 1) the overall level of customers satisfaction levels were all high, 2) the demographic factors such as gender, age, income, and occupations did not affect the level of customers satisfaction in the car repair center of Toyota Company Limited but the different level of education of customers were affecting the level of customers satisfaction level significantly by 0.05, 3) the behaviour of consumption such as the frequency of services, length of service, average cost of service and the reason of service did not affected the level of satisfaction of the services at Toyota Company Limited but the ones affecting the level of satisfaction is the materials, requirement of services and using the service differently is affecting the level of satisfaction significantly by 0.05, and 4) the satisfaction level of using car repair center and the reason for using the services have no correlation with the level of satisfaction in using the car repair center of Toyota Company Limited, while the frequency of service, length of service, average cost of service and the reason for service does affect the level of satisfaction significantly.

SPU CHONBURI