

อภิชา บวรจิรภัทร์ (2564). ปัจจัยคุณภาพการบริการและคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำของผู้เช่าเครื่องจักรอุตสาหกรรมหนักในเขตจังหวัดปทุมธานี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.ชาคริต ศรีทอง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาของคุณภาพการบริการและคุณค่าที่รับรู้ของผู้ใช้และการกลับมาใช้ซ้ำในเขตจังหวัดปทุมธานี และ 2) ศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการและคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำของผู้เช่าเครื่องจักรอุตสาหกรรมหนักในเขตจังหวัดปทุมธานี การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนจึงใช้สูตรของคอกแรน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เช่าเครื่องจักรอุตสาหกรรมหนักในเขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 385 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเลือกกลุ่มเป้าหมายใช้วิธีการแบบเฉพาะเจาะจง คือ เจ้าของกิจการโรงงาน 1 คน ผู้จัดการฝ่าย 1 คน ผู้ใช้บริการเช่าเครื่องจักรอุตสาหกรรม 1 คน จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้โปรแกรมสถิติทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาของคุณภาพการบริการและคุณค่าที่รับรู้ของผู้ใช้และการกลับมาใช้ซ้ำในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่ประสบปัญหาในภาพรวม ได้แก่ คุณภาพการบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า และคุณค่าที่รับรู้ ด้านราคา ด้านคุณภาพ ด้านอารมณ์ และ 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการและคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำของผู้เช่าเครื่องจักรอุตสาหกรรมหนักในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณคิดเป็น ร้อยละ 90.00 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าส่งผลสูงสุด ($\beta = 0.38$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.34$) ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ($\beta = 0.16$) ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ($\beta = 0.07$) ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำของผู้เช่าเครื่องจักรอุตสาหกรรมหนักในเขตจังหวัดปทุมธานี ถัดลงมาตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และคุณค่าที่รับรู้ ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำของผู้เช่าเครื่องจักรอุตสาหกรรมหนักในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณคิดเป็น ร้อยละ 89.10 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ ด้านคุณค่าที่รับรู้ ด้านคุณภาพ ส่งผลสูงสุด ($\beta = 0.56$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณค่าทางด้านอารมณ์ ($\beta = 0.367$) ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำของผู้เช่าเครื่องจักรอุตสาหกรรมหนักในเขต จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยการวิจัยในครั้งนี้ คือ การนำปัจจัยคุณภาพการบริการและคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อพัฒนาการความเป็นผู้นำด้านคุณภาพการบริการและสามารถช่วยให้บริษัทสามารถลดต้นทุนและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรอันจะนำไปสู่การกลับมาใช้ซ้ำของผู้เช่าเครื่องจักรอุตสาหกรรมหนักในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ คุณค่าที่รับรู้ การกลับมาใช้ซ้ำ

Aphicha Borvornjirapat. (2021). Factors Service Quality and Perceived Value Affecting Reuse of Heavy Industrial Machinery Tenants in Pathum Thani Province. Master of Business Administration (Business Administration). Advisors: Asst. Prof. Dr.Chakrit Srithong

ABSTRACT

The objectives of this research were to: 1) study the problems of service quality and perceived value of users and the reuse in Pathum Thani province, and 2) study the factors of service quality and perceived value that affect the Reuse of heavy industrial machinery tenants in the field Pathum Thani province. Quantitative research using the sampling method of Cochran formula was used by the Cochran formula. The sample was 385 heavy industrial machinery tenants in Pathum Thani province. Qualitative research by selecting the target group using a specific method, namely 1 factory owner, 1 department manager, 1 industrial machine rental user, all together 3 people. The tool used for data collection was a questionnaire 0.98. The statistics used in the research were hundreds, mean, standard deviation and complex regression equations. Using social science basic statistics programs.

The research results were as follows: 1) Problems of service quality and perceived value of users and reuse in Pathum Thani province that have overall problems are: service quality concreteness of service Trust customer response customer confidence understanding and knowing customers and perceived value of price, emotional quality. And 2) service quality factors and perceived value that affect the reuse of heavy industrial machinery tenants in Pathum Thani province. By using multiple regression analysis, 90.00 percent ($R^2 = 0.80$) was found. In terms of understanding and knowing customers, there was the highest relationship ($\beta = 0.38$), followed by Reliability factor ($\beta = 0.34$), customer response factor ($\beta = 0.16$), customer confidence factor ($\beta = 0.07$) Relationship with the reuse of heavy industrial machinery tenants in Pathum Thani province next down in order There were statistically significant at the .05 level and the perceived value effect on the reuse of heavy industrial machinery tenants in Pathum Thani province. By using multiple regression analysis, 89.10 percent ($R^2 = 0.79$). Found that the perceived value factor Value perceived quality had the highest correlation ($\beta = 0.56$), followed by the emotional value factor ($\beta = 0.36$) correlated with the reuse of heavy industrial machinery tenants in Pathum Thani province. Was statistically significant at the 0.05 level, respectively.

The body of knowledge gained from this research uses the factors of quality, service, and perceived value that contribute to the reuse. To promote the development of leadership in service quality and can help the company to reduce costs and create the competitive advantage of the organization, which will lead to the reuse of heavy industrial machinery tenants in Pathum Thani province. Has been sustainable.

Keywords: Service Quality, Perceived Value, Reuse