

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการสู่ความภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณ์สิ้นเปลืองของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง
The Relationship Between Customer Satisfaction Service Quality to Customer Loyalty: An Investigation of Consumer Products in Petrochemical Industry, Rayong Province

ชญาวีร์ เนตรากุล(Chanyawee Nadtarakun), สุมาลี รามนัญ(; Sumalee Ramnad)

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์(South East Asia University)

Email : chanyawee@booster-service.com

Received February 5, 2020 & Revise May 7, 2020 & Accepted June 24, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณ์สิ้นเปลืองของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการสู่ความภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณ์สิ้นเปลืองของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการอุปกรณ์สิ้นเปลืองของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยองจำนวนทั้งสิ้น 120 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยเป็นการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม PLS Graph 3.0

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในฐานะตัวแปรคั่นกลางเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีผลกระทบต่อความภักดีของผู้ใช้บริการของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, ความจงรักภักดี, แบบสมการโครงสร้าง

Corresponding Author

E-mail: chanyawee@booster-service.com

Abstract

The objectives of this research are to (1) study the service quality, customer satisfaction and customer loyalty of consumer supplies of petrochemical industry in Rayong province, and (2) study the customer satisfaction as a mediator of service quality to customer loyalty of consumer supplies of petrochemical industry in Rayong province. Sample group used in the research is the 120 personals who are authority to customer loyalty of consumer supplies of petrochemical industry in Rayong province. Statistical method conducted in this research is the structural equation model via PLS Graph 3.0 program.

As results, it was found that the average value of service quality, customer satisfaction and and customer loyalty of consumer supplies of petrochemical industry in Rayong province are

of high level. For analysis results obtained from structural equation model influencing and customer loyalty of consumer supplies of petrochemical industry in Rayong province, it was shown that the customer satisfaction as the mediator is the particular factor linking to the service quality and effecting to the and customer loyalty of consumer supplies of petrochemical industry in Rayong province significantly.

Keyword: Service quality, Customer satisfaction, Customer Loyalty, Structural equation model

1. บทนำ

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ภาคอุตสาหกรรม มีการย้ายฐานการผลิตไปประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น ส่งผลให้ขีดความสามารถของไทยลดลง แนวโน้มการลงทุนชะลอตัว เศรษฐกิจในประเทศขยายตัวตกต่ำ การลงทุนภาคเอกชนลดลง ขณะที่ทุกประเทศในเอเชียเริ่มปรับตัวเข้าสู่การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ รัฐบาลจึงได้หามาตรการฝ่าวิกฤติดังกล่าว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างจริงจัง โดยตั้งเป้าหมายให้สามารถก้าวไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาภายในปี 2575 ภายใต้แผนการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก “การเดินหน้าสู่ความรุ่งเรือง” และดำเนินการในเขตเศรษฐกิจการลงทุนพิเศษร่วมกับภาคเอกชน โดยยกระดับพื้นที่ 3 จังหวัด ประกอบด้วย ระยองชลบุรี ฉะเชิงเทรา ให้เป็นพื้นที่หลักในการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อให้ภาคตะวันออกเป็นฐานผลิตและบริการชั้นนำของอาเซียน

การพัฒนาในภาคอุตสาหกรรมถือเป็นส่วนสำคัญที่จะต้องส่งเสริมให้เกิดการลงทุนที่ทันสมัยสามารถเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจจากการพึ่งพาการผลิต (Manufacturing and asset based industry) ไปสู่การผลิตสมัยใหม่ที่ใช้ความรู้ในการผลิตขั้นสูง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากการลงทุนพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ (Knowledge based industry) โดยหวังผลจากการพัฒนา “อุตสาหกรรมคลัสเตอร์” แห่งอนาคตใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่ประกอบด้วย อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่, อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ, อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ, อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร, เชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ, อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร, เชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ, อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร, อุตสาหกรรมการขนส่งและการบิน, อุตสาหกรรมดิจิทัล การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ, พูนยนต์เพื่ออุตสาหกรรม เป็นฐานการเติบโตที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของประเทศ

การจัดตั้งกลุ่มไบโออีโคโนมี (Bio economy) หรือ เศรษฐกิจชีวภาพ ที่เกิดจากการรวมตัวกันของภาคเอกชน แผนดำเนินงานพัฒนา “ไบโออีโคโนมี” มีระยะเวลา 10 ปี (ปี 2560-2569) มีกรอบลงทุนคิดเป็นมูลค่าประมาณ 400,000 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 3 ระยะ

ระยะที่ 1 ปี 2560-2561 ใช้เงินลงทุนประมาณ 51,000 ล้านบาท เพื่อยุติการพัฒนาพลังงาน ชีวภาพ เคมีชีวภาพ อาหาร ชีวเภสัชภัณฑ์ ตั้งเป้าหมายผลิตน้ำตาลทรายเกรดบริสุทธิ์สูงเพื่อนำมาผลิตยารักษาโรคจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตที่จะมีการทำงานผ่านโครงการต่างๆ

ระยะที่ 2 ระหว่างปี 2562-2564 ใช้เงินลงทุนประมาณ 182,000 ล้านบาท สร้าง “ไบโอรีไฟเนอรี คอมเพล็กซ์ (Bio refinery Complexes)” หรือผลิตภัณฑ์ชีวภาพมูลค่าสูงอย่างครบวงจร

ต่อยอดผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมชีวภาพ (อ้อยและมันสำปะหลัง) รวมถึงการสร้างเมืองใหม่บนเศรษฐกิจชีวภาพและนวัตกรรมอย่างครบวงจร หรือ ไบโอฟลิส (Bio polis) รวมทั้งการพัฒนาวัตรกรรมผ่านโครงการสนับสนุนต่างๆ อาทิ การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ฐานชีวภาพที่มีมูลค่าเพิ่มในเครือข่ายต่างๆ

ระยะที่ 3 ปี 2565-2569 มีเม็ดเงินลงทุนประมาณ 132,000 ล้านบาท เพื่อยกระดับสู่ “Regional Hub” ศูนย์กลางแห่งการผลิตอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของอาเซียน, สร้างโรงงานต้นแบบและโรงงานผลิตเชิงพาณิชย์ สำหรับผลิตภัณฑ์ ชีวเภสัชภัณฑ์ การจัดตั้งสถาบันวิจัยขั้นสูง เรื่องเภสัชภัณฑ์ขั้นสูง

แผนงานนี้จะทำให้เกิดการลงทุนทั้งในและต่างประเทศในด้านชีวเภสัชภัณฑ์ 100,000 ล้านบาท สร้างมูลค่าการส่งออกชีวเภสัชภัณฑ์ 75,000 ล้านบาท เพื่อให้ประเทศไทยมีการผลิตยาชีววัตถุและวัคซีนระดับโลก 20 รายการ ก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 20,000 ตำแหน่ง ขณะที่ในปีที่ 10 ของแผน จะเกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจชีวภาพเพิ่มมากกว่า 2 เท่าตัว สร้างมูลค่าเพิ่มจากอ้อยและมันสำปะหลัง 400,000 ล้านบาทต่อปี สร้างมูลค่าการส่งออกชีวเภสัชภัณฑ์ 75,000 ล้านบาท ก่อให้เกิดการนำเทคโนโลยีสูงเข้ามาลงทุนเพิ่มเติมในอนาคต



ภาพที่ 1 ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

จากภาพที่ 1.1 “ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย” จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมปิโตรเคมี เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่ยังคงมีความสำคัญอย่างมาก และส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขั้นพื้นฐาน ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบันและอนาคต, อุตสาหกรรมปิโตรเคมี ส่วนใหญ่จะมีโรงงานและฐานการผลิตอยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดระยอง ดังนั้น การพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษดังกล่าว จะส่งผลให้โรงงานปิโตรเคมีในจังหวัดระยองมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น และขนาดโรงงานที่ใหญ่ขึ้น อีกทั้งยังเป็นตัวแปรสำคัญทำให้เกิดภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม หรือบริษัท ต่างๆ ที่จำหน่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องเพิ่มสูงขึ้นตามความต้องการของตลาด

ธุรกิจการจัดจำหน่ายและให้บริการสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลืองที่จำเป็นต้องใช้ในกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ก็เช่นกัน เมื่อมีผู้ค้ารายใหม่เกิดขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ค้ารายเก่า ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ส่วนแบ่งตลาด ยอดขาย ค่าใช้จ่าย และกำไร รวมไปถึงการ เข้า-ออก ของบุคลากรในองค์กร, การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ธุรกิจต้องพยายามปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อน และลูกค้ามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดในกระบวนการตัดสินใจจำเป็นจะต้องศึกษากลยุทธ์ต่างๆ นำมาพัฒนา ปรับปรุงด้านการบริหารจัดการธุรกิจ สร้างคุณภาพการให้บริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ โดยใช้กลยุทธ์ที่เน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจะเพิ่มพูนความสำคัญของโครงสร้างสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าเป็นหลัก เพื่อความพึงพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพอาจกลายเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมการณ์ซื้อซ้ำของลูกค้า

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณีสันเปลี่ยนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการสู่ความภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณีสันเปลี่ยนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง

3. ขอบเขตของการวิจัย

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยสามารถสรุปออกมาได้เป็นสมมติฐาน ดังนี้

3.1 สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอุปกรณีสันเปลี่ยนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง

3.2 สมมติฐานที่ 2 คือ คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณีสันเปลี่ยนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง

3.3 สมมติฐานที่ 3 คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณีสันเปลี่ยนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง

3.4 สมมติฐานที่ 4 คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างคุณภาพการให้บริการสู่ความภักดีของผู้ใช้บริการอุปกรณีสันเปลี่ยนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง

4. ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการอุปกรณีสันเปลี่ยนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง จำนวน 159 แห่ง และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ใช้บริการอุปกรณีสันเปลี่ยนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง จำนวน 120 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณตามแนวคิดของ มนตรี พิริยะกุล (2553)

4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา อิทธิพลของความพึงพอใจในงาน ในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงความไว้วางใจในองค์กร สู่ผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด โดยมุ่งเน้น

4.2.1 ตัวแปรต้น คือ

ความไว้วางใจในองค์กร (Organization Trust) ที่ประกอบด้วย ความจริงใจ (Honesty) ความเชื่อในข้อมูลข่าวสาร (Believing in Information) การเชื่อการตัดสินใจ (Believing in Decision) และคุณลักษณะบุคคล (Personality) ตามแนวคิดของ Tammy A. Boe (2002)

4.2.2 ตัวแปรคั่นกลาง คือ

ความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) ที่ประกอบด้วย ลักษณะงาน (Job Details) ผลตอบแทน (Compensation) ความก้าวหน้า (Advancement) เพื่อนร่วมงาน (Colleague) ตามแนวคิดของ Luthans & Doh (2009)

4.2.3 ตัวแปรตาม คือ

ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee's Performance) ที่ประกอบด้วย ผลสำเร็จของงาน (Success of Work) ด้านพฤติกรรม (Behavior) การปฏิบัติงาน (Working) ตามแนวคิดของ Timothy A. Judge, Carl J. Thoresen, Joyce E. Bono, Gregory K. Patton (2001) [4]

4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา

การศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในงาน ในฐานะตัวแปรต้นกลางที่เชื่อมโยงความไว้วางใจในองค์กร สู่ผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ได้ทำการดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยที่มีขอบเขตและรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ผู้ใช้ บริการอุปกรณ์สิ้นเปลืองของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง จำนวน 159 แห่ง

5.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจคัดเลือกผู้ให้บริการอุปกรณ์สิ้นเปลืองของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ซึ่งได้แก่ ฝ่ายวางแผนซ่อมบำรุง หรือฝ่ายจัดซื้อจัดจ้างในโรงงานอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในจังหวัดระยอง โดยใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ มนตรี พิริยะกุล (2558) ซึ่งได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 100 คน และเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลหรือการได้รับข้อมูลตอบกลับที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ จึงทำการแจกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 120 แบบสอบถาม

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2-4 เป็นแบบสอบถามในการประเมินคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความจงรักภักดีโดยลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามแบบของ Likert (1932)

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามจำนวน 120 ฉบับ แก่ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจคัดเลือกผู้ให้บริการอุปกรณ์สิ้นเปลืองของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ในจังหวัดระยอง ซึ่งได้แก่ ฝ่ายวางแผนซ่อมบำรุง ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง และฝ่ายคลังสินค้าในโรงงานอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ซึ่งการตอบกลับครบทุกฉบับ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบ สอบถามแล้วนำมาลงข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและตัวแบบโครงสร้าง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติที่ประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และ 2) สถิติการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) โดยใช้โปรแกรม PLS Graph 3.0 (Chin, 2001)

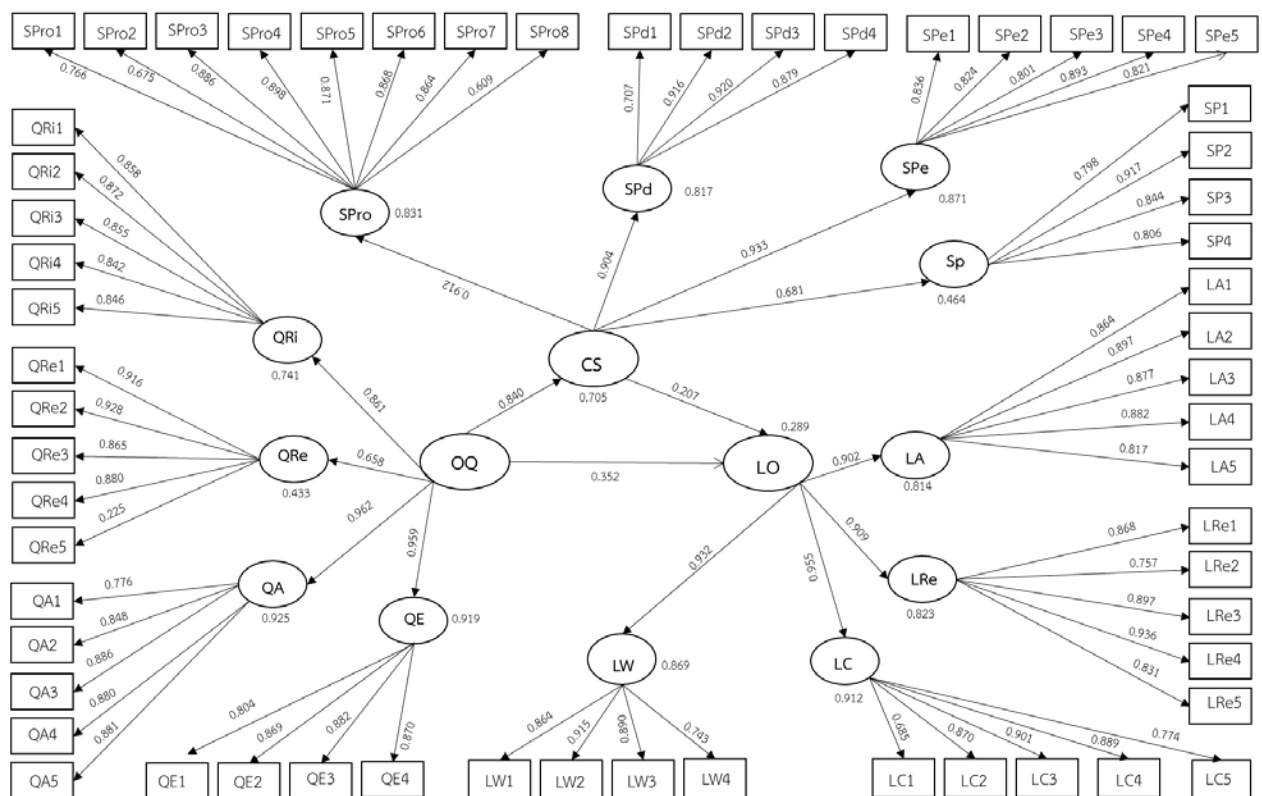
6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 71.70) มีอายุระหว่าง 30-40 ปี (ร้อยละ 40) มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 53.4) ส่วนใหญ่สังกัดฝ่ายวางแผนซ่อมบำรุง (ร้อยละ 54.20) และมีระยะเวลาในการทำงานส่วนใหญ่น้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 35.00)

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 3.94) รองลงมาคือ ปัจจัยความภักดีของผู้ใช้บริการมีความสำคัญในภาพรวมทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 3.67) และสุดท้ายปัจจัยคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 3.23)

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างในภาพรวม ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์ความถดถอยอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดังรูปที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงเส้นทางความสัมพันธ์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

จากรูปที่ 2 แสดงเส้นทางความสัมพันธ์ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ($DE=0.840$) และคุณภาพการให้บริการ ($DE=0.352$) ตลอดจนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อคุณภาพการให้บริการ ($IE=0.174$) และ 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ($DE=0.207$)

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตัวแปร (LV)	ค่าความผันแปร (R ²)	อิทธิพล (effect)	OQ	CS
ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ (LO)	0.289	DE	0.352**	0.207*
		IE	0.174	0.000
		TE	0.526	0.207
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (CS)	0.705	DE	0.840***	0.000
		IE	0.000	0.000
		TE	0.000	0.000

หมายเหตุ: De = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect, N/A = Not Applicable,

* หมายถึง p-value < 0.10 หรือ ค่า t > 1.65

** หมายถึง p-value < 0.05 หรือ ค่า t > 1.96

*** หมายถึง p-value < 0.01 หรือ ค่า t > 2.58

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ตัวแบบอิทธิพลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นปัจจัย
 คั่นกลางที่เชื่อมโยงอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการสู่ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์
 เส้นทางมีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 2 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย hypothesis		ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง (Coef.)	ค่า t-test	ผลลัพธ์
H ₁	คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	0.840***	25.448	สนับสนุน
H ₂	คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการ	0.352**	2.465	สนับสนุน
H ₃	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความ จงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	0.207*	1.680	สนับสนุน

7. การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการอภิปรายผลการ วิจัยออกเป็นแต่ละปัจจัย ดังนี้

7.1 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ จากผลการ วิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
 ของผู้ให้บริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Qingqing, et al. (2014) ที่
 ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารร้านอาหารจานด่วนของ
 ผู้ใช้บริการชาวจีน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทั้งสิ้น 205 คน โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในการ
 ทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ

7.2 ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จากผลการ วิจัย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็น
 ปัจจัยคั่นกลางระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัย

ของ Fujun Lai Mitch Griffin b และ Barry J. Babin (2009) ที่ได้ศึกษา ศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการ คุณค่า ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจ สร้างความจงรักภักดีได้อย่างไร โดยเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว ในบริบทของประเทศจีน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการมีผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณค่า ภาพลักษณ์ องค์กรที่ดี และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ซึ่งส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อตราสินค้า

8. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการอภิปรายผลการวิจัยออกเป็นแต่ละปัจจัย ดังนี้

- 1) ควรนำไปศึกษากับองค์กรอื่น ๆ ที่มีลักษณะการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อการกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนปฏิบัติ (action plan) ที่เหมาะสม อีกทั้งสามารถนำไปพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) ควรนำทฤษฎีที่เกิดจากความสำคัญของปัญหาที่พบและนำผลการศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ไปประยุกต์ใช้ในบริบทองค์กรเดียวกัน
- 3) ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือ จากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เพื่อให้มีความกว้างขวาง เกิดช่องว่างของงานวิจัย (gap research) และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

9.เอกสารอ้างอิง

ฉัตยาพร เสมอใจ (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) กระทรวงอุตสาหกรรม : ตุลาคม 2559

ไทยรัฐฉบับพิมพ์ 2560, ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมแห่งชาติ เดือนกุมภาพันธ์ 2560

มนตรี พิริยะกุล. (2553). ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน. การประชุมวิชาการสถิติและสถิติประยุกต์ ครั้งที่ 11 ประจำปี 2553.

Chin, W. W. (2001). PLS Graph User's Guide Version 3.0, URL: <http://www.spss-pasw.ir/upload/images/ei8gx66re11tenmq0sm.pdf>, access on 08/05/2017.

Dick, A.S. & Basu, K. (1994), "Customer loyalty: toward an integrated framework", Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 22 No. 2, pp. 99-113.

Fujun Lai, Mitch Griffin, Barry J. Babin (2009). How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom, Journal of Business Research: 980-986.

Likert, R. A. (1932). Technique for the Measurement of Attitude. Archives Psychological. 3(1), pp. 42-48.

Qingqing, et al. (2014). SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION IN CHINESE FAST FOOD SECTOR: A PROPOSAL FOR CFFRSERV. 2(1): 30-53

Zeithaml, Valerie A. & Bitner, Mary J. (1996) Services Marketing, McGraw-Hill, New York, N.Y