

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญกลการ จำกัด มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ บริษัท ส.รุ่งเจริญกลการ จำกัด ของลูกค้า
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ บริษัท ส.รุ่งเจริญกลการ จำกัด ของลูกค้า
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ บริษัท ส.รุ่งเจริญกลการ จำกัด ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่ใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญกลการ จำกัด พ.ศ. 2551 เฉลี่ยเดือนละประมาณ 120 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 คน

##### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ
2. ลักษณะการใช้บริการของลูกค้าจำนวน 8 ข้อ
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ รวม 7 ด้าน จำนวน 26

ข้อ

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการของบริษัท ส.รุ่งเจริญกลการ จำกัด เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 คน และได้ แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 92 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยใช้ความถี่ และร้อยละ
2. วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าบริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด โดยใช้ความถี่ และร้อยละ
3. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการช่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด ด้านต่าง ๆ โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
4. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการช่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด ของลูกค้าจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ t-test และ F-test

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 66.30 อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 38.04 รองลงมา อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 35.87 ร้อยละ 6.52 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 38.04 รองลงมา บริษัทเอกชน ร้อยละ 26.09 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท ร้อยละ 40.22 รองลงมา 30,001-45,000 บาท ร้อยละ 30.43

#### 2. วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า รายการต่าง ๆ ดังนี้

1. ใครเป็นผู้แนะนำให้ท่านมาใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่บริษัทประกันภัยเป็นผู้แนะนำ ร้อยละ 59.78 รองลงมา เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 36.96 และน้อยที่สุด สื่อโฆษณา ร้อยละ 3.26

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย อายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี อาชีพค้าขาย และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท

2. สาเหตุที่ท่านมาใช้บริการช่อมสีในครั้งนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะเกิดอุบัติเหตุ ร้อยละ 44.57 รองลงมา มีรอยขีดข่วน ร้อยละ 39.13 และน้อยที่สุด ประกันจะหมดอายุ ร้อยละ 16.30

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย อายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป อาชีพค้าขาย, อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท, รายได้ 30,001-45,000 บาท และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

3. รอยน้ขงท่ำนเป็นรอยน้ขงประเภท ลูกค้่าส่วนใหญ่ใช้รถเก้่ง ร้อยละ 44.57  
รองลงมา รถป้กอ้พ ร้อยละ 32.61 และน้อยที่้สุด รถตู้ ร้อยละ 4.35

ซึ่งมีค้่าสอดค้ล้องกับลูกค้่าเพศชาย และเพศหญิง อายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป

4. ยี่ห้อขงรอยน้ขงที่้ท่ำนนำม้าใช้บ้ริการ ลูกค้่าส่วนใหญ่ใช้รัยี่ห้อ TOYOTA ร้อยละ  
32.61 รองลงมา BENZ ร้อยละ 22.83 และน้อยที่้สุด BMW ร้อยละ 2.17

ซึ่งมีค้่าสอดค้ล้องกับเพศชาย

5. ระยะเวลาข้ันตอนน้ในการเบ้กอะไหล่ ลูกค้่าส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาข้ันตอนเบ้กอะไหล่  
1 วัน ร้อยละ 45.65 รองลงมา 2 วัน ร้อยละ 40.22 และน้อยที่้สุด มากกว่า 7 วัน ร้อยละ 4.35

ซึ่งมีค้่าสอดค้ล้องกับเพศชาย อายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี อาชีพค้่าขาย และอาชีพธุรกิจ  
ส่วนค้่าว

6. ระยะเวลารอในข้ันตอนการตรวจสอบความเส้ียว ลูกค้่าส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลารอ  
5 นาที ร้อยละ 47.83 รองลงมา 10 นาที ร้อยละ 33.70 และน้อยที่้สุด มากกว่า 15 นาที ร้อยละ 4.35

ซึ่งมีค้่าสอดค้ล้องกับลูกค้่าเพศชาย และเพศหญิง อายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี อาชีพ  
ค้่าขาย และอาชีพธุรกิจส่วนค้่าว มีรายได้เฉล้ยต่อเด้ือน 15,000-30,000 บาท และรายได้ 30,001-45,000  
บาท

7. ระยะเวลาในการซ่อมรอยน้ขงแต่ละครั้งจะเส้ริงภายในระยะเวลา ลูกค้่าส่วนใหญ่ใช้  
ระยะเวลาในการซ่อม 1-2 วัน ร้อยละ 48.91 รองลงมา 3-4 วัน ร้อยละ 43.48 และน้อยที่้สุด มากกว่า 1  
เด้ือน ร้อยละ 2.17

ซึ่งมีค้่าสอดค้ล้องกับเพศชาย อายุ 31-40 ปี อาชีพธุรกิจส่วนค้่าว มีรายได้เฉล้ยต่อเด้ือน  
15,000-30,000 บาท

8. ท่ำนคิดว่าจะกลับม้าใช้บ้ริการซ้ำอ้กหรือไม้ ลูกค้่าส่วนใหญ่เล้ือกกลับม้าใช้บ้ริการ  
ร้อยละ 92.39 และไม้ใช้ ร้อยละ 7.61

ซึ่งมีค้่าสอดค้ล้องกับลูกค้่าเพศชาย และเพศหญิง อายุ 20-30 ปี, อายุ 31-40 ปี และอายุ 40  
ปีขึ้นไป อาชีพน้กเรียน/น้กศ้ึกษา, อาชีพค้่าขาย, อาชีพธุรกิจส่วนค้่าว และอาชีพบ้ริษัทเอกชน มีรายได้เฉล้ย  
ต่อเด้ือนค้่ากว่า 15,000 บาท, รายได้ 15,000-30,000 บาท, รายได้ 30,001-45,000 บาท และรายได้  
45,001 บาทขึ้นไป

3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.  
รุ่งเจริญกุลการ จำกัด ของลูกค้า

ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์  
ของบริษัท ส.รุ่งเจริญกุลการ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.07$ ) เมื่อพิจารณาเป็นราย  
ด้าน สรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามีการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.64$ ) เมื่อพิจารณา  
เป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.52-4.02$ ) 6 รายการ คือ

1. คุณภาพของสีหลังการซ่อม
2. คุณภาพของตัวถังรถยนต์หลังการซ่อม
3. ความเรียบร้อยของแผลหลังการซ่อม
4. สีที่พ่นตรงตามสีเดิม
5. บริการน้ำดื่มให้กับลูกค้า
6. การบริการส่งมอบรถยนต์

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุ 31-40 ปี อาชีพธุรกิจส่วนตัว

ด้านราคา ลูกค้ามีการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.38$ ) เมื่อพิจารณา  
เป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.35-3.40$ ) ทุกรายการ คือ

1. อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพสีรถยนต์
2. อัตราค่าบริการเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่น

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง อายุ 20-30 ปี, อายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปี  
ขึ้นไป อาชีพบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ามีการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} =$   
3.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{x} = 3.18-3.45$ ) ทุกรายการ คือ

1. ทำเลที่ตั้งของบริษัทสามารถหาได้ง่าย
2. ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว  
และอาชีพบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

ด้านการส่งเสริมทางตลาด ลูกค้ามีการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.26$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.23-2.28$ ) ทุกรายการ คือ

1. การลงโฆษณาในนิตยสารรถยนต์
2. มีการฝากแผ่นพับตามบริษัทประกันภัย
3. มีการแจกของที่ระลึกในช่วงเทศกาลปีใหม่

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี, อายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท, รายได้ 30,001-45,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป

ด้านพนักงาน ลูกค้ามีการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.47$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.53-3.59$ ) 2 รายการ คือ

1. มารยาทพนักงานขณะให้บริการ
2. บุคลิกภาพของพนักงาน

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง อายุ 20-30 ปี อาชีพค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท

ด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้ามีการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.08$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.00-3.14$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการนัดรับรถตรงตามระยะเวลาที่กำหนด
2. มีการแจกบัตรคิวให้กับลูกค้า
3. อธิบายรายละเอียดเบื้องต้นเกี่ยวกับขั้นตอนการซ่อมสี

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี, อายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป อาชีพนักเรียน/นักศึกษา, อาชีพค้าขาย, อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท, รายได้ 15,000-30,000 บาท และรายได้ 30,001-45,000 บาท

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ามีการตัดสินใจ โดยรวม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.35$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.65$ ) 1 รายการ คือ การตกแต่งห้องรับรอง ลูกค้ามีความสวยงาม

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุ 20-30 ปี, อายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว และบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้ 30,001-45,000 บาท

#### 4. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ศ.รุ่งเจริญกุลการ จำกัด ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของลูกค้า บริษัท ศ.รุ่งเจริญกุลการ จำกัด จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้ที่มีรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความเรียบร้อยของแผลหลังการซ่อม
2. บริการน้ำดื่มให้กับลูกค้า

และลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การบริการส่งมอบรถยนต์

ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ความเรียบร้อยของแผลหลังการซ่อม

และลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความเรียบร้อยของแผลหลังการซ่อม

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความเรียบร้อยของแผลหลังการซ่อม
2. สีที่พ่นตรงตามสีเดิม

และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 รายการ คือ

1. คุณภาพของสีหลังการซ่อม
2. คุณภาพของตัวถังรถยนต์หลังการซ่อม
3. การบริการส่งมอบรถยนต์
4. การรักษาความสะอาดภายในรถ

**ด้านราคา** ลูกค้ำที่มีรายได้อ่อนต่างกัน มีการตัดสินใจ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้อ่อนต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ อัตราค่าบริการเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่น

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน ทุกรายการ คือ

1. ท่าเลที่ตั้งของบริษัทสามารถหาได้ง่าย
2. ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน และมีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีการฝากแผ่นพับตามบริษัทประกันภัย

ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแจกของที่ระลึกในช่วงเทศกาลปีใหม่

และลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การลงโฆษณาในนิตยสารรถยนต์

**ด้านพนักงาน** ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจ โดยรวม ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มารยาทพนักงานขณะให้บริการ

ลูกค้ำที่มีรายได้อ่อนต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มารยาทพนักงานขณะให้บริการ

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ลูกค้ำที่มีรายได้อ่อนต่างกัน มีการตัดสินใจ โดยรวม ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้อ่อนต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแจกบัตรคิวให้กับลูกค้ำ

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีรายได้อ่อนต่างกัน มีการตัดสินใจ โดยรวม ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีการ

ตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ สภาพแวดล้อมของ บริษัทในภาพรวม

และลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การตกแต่งห้องรับรองลูกค้ามีความสวยงาม

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การตกแต่งห้องรับรองลูกค้ามีความสวยงาม

## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญ กลการ จำกัด ได้ผลการวิจัยที่สามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าที่มาใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 66.30 อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 38.04 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 38.04 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท ร้อยละ 40.22 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรรณพน อิศระเสนีย์ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาสูงกว่ามัธยมปลาย หรือ ปวช. เป็นผู้ที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 8,001 บาท และมีระดับรายได้มากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการของศูนย์บริการรถยนต์มาตรฐาน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัญญา ฉนิตวชิรา (2549) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของ อู่ซ่อมรถยนต์สมชาย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36 ปี ขึ้นไป จำนวนมากที่สุดมีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 34 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 41 และครึ่งหนึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นกตล อารยะกุล (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของ อู่ซ่อมรถยนต์รุ่งเจริญ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 26-35 ปี และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000-30,000 บาท จากข้อค้นพบดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงข้อมูลของผู้ใช้บริการ โดยผู้ที่นำรถยนต์มาซ่อมสีนั้นส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเนื่องจากเพศชายนั้นให้ความสำคัญกับรถของตนเองมากโดยนำรถเข้ามาใช้บริการบ่อยครั้งกว่าเพศหญิง รายได้อยู่ในระดับปานกลาง คือ อาชีพพนักงานบริษัททั่วไปส่วนใหญ่จะนำรถเก่งเข้ามาใช้บริการซ่อมสีรองลงมาจะเป็นรถปิกอัพ ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ในปัจจุบันมี



ความนิยมใช้รถแท็กซี่มากกว่ารถปิกอัพ เนื่องจากสามารถติดตั้งแก๊สเป็นเชื้อเพลิงได้ ข้อมูลจากการวิจัยดังกล่าวทำให้ทราบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีอิทธิพลการตัดสินใจใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์

## 2. พฤติกรรมการใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์

ผู้ให้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ สรุปได้ดังนี้

2.1 ใครเป็นผู้แนะนำให้ท่านมาใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่บริษัทประกันภัยเป็นผู้แนะนำ ร้อยละ 59.78 รองลงมา เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 36.96

2.2 ยี่ห้อของรถยนต์ที่ท่านนำมาใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ยี่ห้อ TOYOTA ร้อยละ 32.61 รองลงมา BENZ ร้อยละ 22.83

2.3 ท่านคิดว่าจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกหรือไม่ ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกกลับมาใช้บริการ ร้อยละ 92.39 และไม่ใช่ ร้อยละ 7.61

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรรณพน อิศระเสนีย์ (2545) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการของศูนย์บริการรถยนต์มาตรฐาน ส่วนใหญ่จะนำรถยนต์เข้าตรวจเช็คตามกำหนดระยะทางหรือระยะเวลา และรู้จักศูนย์บริการดังกล่าวเนื่องจากเป็นสถานที่ที่สะดวก อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ส่วนใหญ่จะนำรถยนต์เข้าตรวจเช็คทันทีเมื่อพบปัญหา และรู้จักอู่ซ่อมรถยนต์ดังกล่าวเนื่องจากคนรู้จักเป็นผู้แนะนำ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัญญา ถนิตวชิรา (2549) พบว่า รถยนต์ที่นำมาใช้บริการครึ่งหนึ่งเป็นรถเบนซ์ และมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นรถยนต์เก่าที่ซื้อต่อมา ซึ่งมีอายุการใช้งานอยู่ระหว่าง 10-13 ปี และมาใช้บริการที่อู่มากกว่า 9 ครั้ง จากข้อค้นพบดังกล่าว ทำให้ทราบว่าผู้ให้บริการมีพฤติกรรมการให้บริการที่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่บริษัทประกันภัยจะเป็นผู้แนะนำให้มาใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่จะนำรถยนต์ยี่ห้อ TOYOTA รองลงมาคือ ยี่ห้อ BENZ มาใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ โดยลูกค้ามีความประทับใจในการให้บริการส่วนใหญ่กลับมาใช้บริการซ้ำอีก ลูกค้าที่รถยนต์ราคา 1 ล้านบาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ต้องการหาสถานบริการซ่อมสี และตัวถังรถยนต์ที่มีมาตรฐานคุณภาพของสีหลังการซ่อมต้องมีคุณภาพตามเดิม

## 3. การตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญกุลการ จำกัด ของลูกค้า

ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญกุลการ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.07$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.64$ ) ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.38$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.32$ ) ด้านการส่งเสริม

ทางตลาด อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.26$ ) ด้านพนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.47$ ) ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.08$ ) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.35$ ) ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัญญา ธนิตวชิรา (2549) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละขั้นตอนอยู่ในระดับมากทุกขั้นตอน ยกเว้นขั้นตอนการต้อนรับที่อยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นกมล อารยะกุล (2548) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละขั้นตอนการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์รุ่งเจริญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากทุกขั้นตอน จากข้อค้นพบดังกล่าว ทำให้ทราบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญด้านคุณภาพเป็นลำดับแรกซึ่งคุณภาพของสีหลังการซ่อมที่ออกมาจะเป็นตัวบ่งบอกมาตรฐานของบริษัทว่ามีมาตรฐานมากน้อยเพียงใด ส่วนด้านอื่นๆ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในระดับปานกลาง กล่าวคือ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด กระบวนการให้บริการ ด้านพนักงาน อยู่ในระดับพอใช้ควรปรับปรุงเป็นบางจุด เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจมากขึ้น ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจะต้องมีการปรับปรุงใหม่ในหลาย ๆ จุด เช่น ห้องรับรองลูกค้า การจัดตกแต่งภายในบริษัท เป็นต้น เพราะการตกแต่งภายในบริษัทจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึง ความพร้อมในการให้บริการและการดูแลเอาใจใส่บริษัทมากน้อยเพียงใดของผู้บริหารระดับสูง เมื่อบริษัทมีความสะอาด ตกแต่งภายในบริษัทให้มีความทันสมัยและสวยงามแล้วผลที่ตามคือ มีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นส่งผลให้สภาพคล่องของบริษัทดีขึ้น

#### 4. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญรถกลการ จำกัด ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของลูกค้า บริษัท ส.รุ่งเจริญรถกลการ จำกัด จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ของลูกค้า จำแนกตามระดับอายุ มีการตัดสินใจ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้ที่มีรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับเพศที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วัฒนาพร โพธิ์มีศิริ (2546) ที่พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากข้อค้นพบดังกล่าว พบว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันและรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกัน จึงสามารถสรุปได้ว่ารายได้และอายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ส่วนเพศต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์

## ข้อเสนอแนะ

1. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ซึ่งสรุปได้ว่า ลูกค้าของบริษัท ส.รุ่งเจริญกุลการ จำกัด จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.07$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.64$ ) ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.38$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.32$ ) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.26$ ) ด้านพนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.47$ ) ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.08$ ) และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.35$ ) เป็นสิ่งที่ผู้บริหารบริษัท ส.รุ่งเจริญกุลการ จำกัด สมควรนำไปพิจารณาเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

2. ผู้ที่สนใจในการดำเนินธุรกิจ อยู่ซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจในอนาคต เพื่อให้ดำเนินธุรกิจอยู่ซ่อมสีและตัวถังรถยนต์มีคุณภาพ โดยเฉพาะ การส่งเสริมทางการตลาด ควรมีการพัฒนาให้มีความหลากหลายเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจะต้องมีการปรับปรุงสถานที่ให้มีความสะอาดและมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกว่าการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3. ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าของธุรกิจอยู่ซ่อมสี และตัวถังรถยนต์ที่หลากหลาย และกว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งธุรกิจด้านนี้มีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น เพราะฉะนั้นแล้วคุณภาพของสีที่ทำการพ่นออกมาจึงต้องมีคุณภาพและมีมาตรฐานพร้อมกับการบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจจะทำให้ลูกค้ามีอัตราเพิ่มขึ้นในอนาคตต่อไป

4. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบข้อบกพร่องที่จะต้องมีการปรับปรุง 4 ข้อหลัก ๆ ดังนี้ คือ

1. ห้องรับรองลูกค้าจะต้องมีที่นั่งสำหรับรับรองลูกค้าเพิ่มขึ้นจากเดิมและควรมีการตกแต่งห้องให้มีความสวยงามมากยิ่งขึ้น เช่น จัดตกแต่งห้องรับรองลูกค้าให้เข้ากับบรรยากาศตามเทศกาล ต่าง ๆ และมีบริการอาหารว่าง ให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

2. ห้องน้ำภายในบริษัทมีห้องน้ำที่คับแคบและมีจำนวนห้องน้ำเพียง 2 ห้องสมควรมีการขยายห้องน้ำให้มากขึ้นเพราะในช่วงที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมาก ๆ ห้องน้ำไม่เพียงพอต่อความต้องการและควรเอาใจใส่ในส่วนการรักษาความสะอาดให้มากยิ่งขึ้นเพราะห้องน้ำไม่ใช่ลูกค้าจะใช้เพียงส่วนเดียวพนักงานในบริษัทยังใช้ร่วมด้วยจึงต้องดูแลความสะอาดมากขึ้น

3. ควรมีการแจกบัตรคิวให้กับลูกค้าเพื่อจะได้ทราบถึงลำดับก่อนหลังของลูกค้าที่มาใช้บริการและเพื่อความเป็นระเบียบไม่เกิดความสับสนขึ้นในขณะที่ให้บริการลูกค้า

4. ขั้นตอนการเบิกอะไหล่จะต้องอธิบายให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจนโดยมีการอธิบายถึงขั้นตอนในการเบิกอะไหล่จากบริษัทประกันภัยรถยนต์ ในส่วนของวันเวลาให้ลูกค้าได้รับทราบถึงขั้นตอนในการปฏิบัติงานของบริษัทอย่างชัดเจนเพื่อลดปัญหาการส่งมอบรถที่เข้าซ่อมไม่ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด

5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัทมีน้อยมากลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเพราะมีเพื่อนแนะนำมาและลูกค้าเก่าในส่วนนี้ถ้าต้องการขยายสาขาหรือให้ลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการจะต้องมีการลงโฆษณาตามนิตยสารหรือมีการจัดพิมพ์แผ่นพับแจกตามบริษัทประกันภัยที่อยู่ในเครือของบริษัทเพื่อให้ลูกค้ารายใหม่ได้ทราบและเข้ามาใช้บริการกับบริษัทมากขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี