บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ มาเป็นแนวทางในการพัฒนา รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขในสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวกับ การเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร โดยวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.50 อายุ 25-40 ปี ร้อยละ 50.50 รองลงมา อายุมากกว่า 40 ปี ร้อยละ 25.80 และน้อยที่สุดอายุ ต่ำกว่า 25 ปีร้อยละ 22.70 อาชีพเจ้าของธุรกิจ / ค้าขาย ร้อยละ 31.10 รองลงมา รับจ้าง ร้อยละ 24.20 และน้อยที่สุดรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 21.20 รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทร้อยละ 34.10 รองลงมา 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 30.30 และน้อยที่สุด ต่ำกว่า10,000 บาท ร้อยละ 8.30

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในทัศนะของลูกค้า รวม 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และ การบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สามารถสรุปได้ คือ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

1. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในทัศนะของลูกค้า ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน ($\overline{X}$ = 3.76 – 3.83) คือ

1. ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. ด้านบุคลากร
3. ด้านกระบวนการการให้บริการ
4. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ
5. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
6. ด้านราคา
7. ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย

2. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดในทัศนะของลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70 – 3.93) ทุกรายการ คือ

1. ชื่อเสียงของ อู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท รุ่งเรือง จำกัดเป็นที่รู้จัก
2. มีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด
3. คุณภาพของอะไหล่ไว้ใจได้
4. ตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา
5. ความพร้อมของเครื่องมือ – อุปกรณ์

3. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร **ด้านราคา**ในทัศนะของลูกค้า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.72 – 3.84) ทุกรายการ คือ

1. ราคาอะไหล่เหมาะสม มีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา
2. ราคาค่าซ่อม ค่าบริการโดยรวมถูกกว่าอู่ซ่อมรถยนต์อื่น
3. ค่าซ่อม ค่าบริการ คุ้มค่ากับคุณภาพงานซ่อม

4. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ในทัศนะของลูกค้า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70 –3.84) ทุกรายการ คือ

1. เวลา เปิด – ปิด ในการให้บริการของอู่เหมาะสม

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

2. สถานที่ตั้งของอู่สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ

3. มีบริการซ่อมนอกสถานที่ในกรณีฉุกเฉิน

4. ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก

5. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดในทัศนะของลูกค้า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73 – 3.89) ทุกรายการ คือ

1. มีการตรวจสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับลูกค้าประจำ

2. มีจดหมายแจ้งไปยังลูกค้าเมื่อถึงกำหนดนำรถยนต์เข้ารับบริการ

3. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

4. บริการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ฟรี

5. มีการให้ส่วนลดค่าอะไหล่และค่าบริการ

6. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ในทัศนะของลูกค้า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73 – 3.88) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยและข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี

2. พนักงานมีความรู้และมีความสามารถในงานซ่อม

3. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ

4. พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา

7. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการการให้บริการ ในทัศนะของลูกค้า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73–3.89) ทุกรายการ คือ

1. การนัดหมายส่งมอบรถตรงตามเวลานัดหมาย

2. มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานและวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า

3. มีการจัดกระบวนการรับรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยความรวดเร็ว

4. มีการประเมินราคาให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนซ่อม

8. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในทัศนะของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ลูกค้า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.72 –3.85) ทุกรายการ คือ

1. มีสภาพโดยรวมของอู่สะอาด
2. ห้องน้ำสะอาด
3. อู่มีพื้นที่กว้างขวาง
4. มีสถานที่สำหรับลูกค้าในการรอรับบริการ
5.มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์และทรัพย์สินของลูกค้า

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในทัศนะของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ลูกค้า ที่มีเพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ลูกค้า ที่มีอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ลูกค้า ที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ลูกค้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในทัศนะของลูกค้า มีประเด็นสำคัญ คือ

1. ความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าให้ความ

สนใจกับการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร อยู่ในอันดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนตรี กังวาลไกล (2552) พบว่า ส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์ เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภค ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และ ระวีวรรณ พยัคฆชาติ (2557) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัย ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย และปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

2. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และ การบริการ ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในทัศนะของลูกค้า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ระวีวรรณ พยัคฆชาติ (2557) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัย ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

3. ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร ในทัศนะของลูกค้า ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ราชพฤกษ์ แสงศิริ (2556) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในทุกๆ ด้าน โดยมีความสัมพันธ์ตามปัจจัยที่เรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัย

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

อู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด ควรปรับปรุงการบริการและมีผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกอย่างเพื่อจัดเตรียมไว้บริการลูกค้า เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียงตัวสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและรับบริการด้วย

1.2 ราคา

จากการศึกษาข้อมูลพบว่ามีความคิดเห็นแตกต่าง 2 ระดับ คือ ความคิดเห็นระดับมาก และปานกลาง โดยในเรื่องของการแจกของแถมของที่ระลึกนั้น อาจไม่ใช้ปัจจัยจูงใจ ที่ลูกค้า

หรือผู้บริโภคต้องการ ดังนั้น ทางบริษัทควรเน้นการส่งเสริมการขายในด้านอื่นๆ เช่น การบริการหลังการขายที่ดี หรือจัดการลดเบี้ยประกันแทน เป็นต้น

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจกับการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุและความเคลื่อนไหวของข้อมูลน้อย อาจเป็นเพราะผู้บริโภคอาจไม่มีเวลาในการฟังวิทยุ หรืออาจจะฟังแค่เพียงช่วงสั้น ๆ เช่น เวลาขับรถ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่ออื่นแทน เช่น โทรทัศน์ การจัดฝึกอบรม หรือการจัดกิจกรรมพิเศษแทน เพื่อไม่ให้การลงทุนเกิดการสูญเปล่า

1.4 การส่งเสริมการตลาด

จะพบว่าการขายโดยบุคคลได้รับความสนใจจากผู้บริโภคค่อนข้างมาก ดังนั้น พนักงาน ควรจะหมั่นศึกษาหาความรู้ในวิชาชีพของตนอย่างสม่ำเสมอ ดูแลลูกค้าอย่างจริงใจ คอยแนะนำรายละเอียดต่างๆ ให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

1.5 บุคลากร

เป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการ ในปัจจุบันซึ่งสถานการณ์แข่งขันธุรกิจรุนแรงขึ้น บุคลากรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขัน

1.6 กระบวนการให้บริการ

เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อรับบริการ ยืดหยุ่น และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ ทำให้มีขั้นตอนการให้บริการ ที่รวดเร็ว

1.7 ลักษณะทางกายภาพ

พยายามสร้าง คุณภาพโดยรวม เช่น อู่ซ่อมรถต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาดความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

สำหรับผู้ที่มีความสนใจสามารถนำผลที่ได้ไปศึกษาต่อดังนี้

2.1 ควรทำการประเมินผลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด เพื่อให้การสื่อสารการตลาด มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

2.2 ควรนำผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เฮงรุ่งเรือง จำกัด โดยนำ ผลของการวิจัยที่มีความแตกต่างระหว่างกลุ่ม และไม่แตกต่าง ในด้านต่างๆ นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาจุดอ่อน จุดแข็ง เพื่อนำ ไปปรับปรุง และหาวิธีในการเปิดอบรม ฝึกความเข้าใจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรให้มากที่สุด

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี