



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8  
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80<sup>th</sup> Anniversary”

## ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง

### Factors that Influence Decision Making for Choosing Car Garages in Ranong

ไพโรจน์ สุวรรณปักษิณ<sup>1</sup>, รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับหิรัญรักษ์<sup>2</sup>,  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุคนธ์ เครือน้ำคำ<sup>3</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
<sup>2,3</sup>อาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

[thanasuwit.th@ssru.ac.th](mailto:thanasuwit.th@ssru.ac.th), [sukhonth.kh@ssru.ac.th](mailto:sukhonth.kh@ssru.ac.th)

#### บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง ” เขียนขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดระนอง จากกลุ่มตัวอย่างผู้เข้ารับบริการจากอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนองจำนวน 6 ราย ได้แก่ อู่หน่วยการช่าง อู่กรีฑายกย่อง อู่โรจนการช่าง อู่สมบุญรณ์ อู่เอียดการช่าง อู่มานิตย์ จำนวน 175 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**ความสำคัญ :** ปัจจัยที่มีผล, การตัดสินใจ, อู่ซ่อมรถยนต์

#### Abstract

Article "Factors that influence decision making in choosing a car garage in Ranong" written for the purpose of studying factors that influence decision making in choosing a car garage in Ranong from 175 target sample customers who have been provided the service from 6 car garages in Ranong. The data is calculated by a program that can find median, mode, mean, standard deviation and percentages of the data.

**Keyword :** factors affecting, decision, garage

#### บทนำ

รถยนต์เป็นยานพาหนะที่นับว่ามีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์เป็นอย่างมากไม่ว่าจะช่วยให้การเดินทางที่สะดวกและรวดเร็วหรือการขนส่งเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการติดต่อ

ภาวะการณ้เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดการพัฒนาเส้นทางคมนาคมเพิ่มขึ้น การขนส่งสื่อสารมีการใช้พาหนะมากขึ้น รถยนต์เป็นหนึ่งในยานพาหนะที่มีอัตราการขยายตัวสูงเพื่อ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8  
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80<sup>th</sup> Anniversary”

รองรับต่อความต้องการของมนุษย์ในด้านต่างๆ ธุรกิจการซ่อมบำรุงรถยนต์จึงเข้ามามีบทบาทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ เนื่องมาจากรถยนต์ย่อมมีอายุการใช้งาน การเสื่อมสภาพ หรือจากการเกิดอุบัติเหตุ ดังนั้นจึงไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงการซ่อมแซมได้ แต่ผู้ใช้เองยังคงสามารถเลือกที่จะซ่อมบำรุงรถยนต์ได้อย่างคุ้มค่าและในสถานการณ์ปัจจุบันอัตราการขยายตัวของชุมชนเมืองยังคงมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการในการครอบครองรถยนต์ของประชากรสูงตามไป ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่มีรถยนต์อยู่ในครอบครองมักจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับรถหรือเครื่องยนต์กลไกสักเท่าใด การดูแลสภาพรถยนต์ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้นั้นจำเป็นต้องพึ่งผู้เชี่ยวชาญเพื่อยืดอายุการใช้งานออกไป ไม่ว่าจะเป็นการซ่อมบำรุง แก๊ซ ระบบเครื่องยนต์ ระบบช่วงล่าง ระบบควบคุมต่างๆภายในรถให้มีสภาพพร้อมใช้งานได้อย่างปลอดภัยต่อผู้ใช้

การบริการที่ดี เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า เพราะสภาพธุรกิจปัจจุบันก็ต้องแข่งขันกันตามธรรมชาติ คำว่า แข่งขัน คือ แข่งขันบริการลูกค้าตามความพอใจของลูกค้าจากเดิมที่ตามความพอใจของสถานประกอบการ เพราะในอนาคตเราต้องบริการลูกค้าไม่เพียงแต่ให้เกิดความพอใจข้างต้น แต่จะต้องเกิดความพอใจขั้นพิเศษถึงขั้นพิเศษสุด จึงจะสามารถดึงดูดลูกค้าให้เป็นลูกค้าเรานานๆ ( ธนะสิทธิ์ ทรัพย์แสนล้าน, 2548 : 2 )

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง

### ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เข้าใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ อู่หน่วยการช่าง อู่กริทยายกย่อง อู่โรจน์การช่าง อู่สมบุญ อู่เอียดการช่าง อู่มานิตย์ จำนวน 312 ราย
2. ขอบเขตด้านเวลา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2559 จนถึง 31 ธันวาคม 2559
3. ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง

### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีการบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8  
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80<sup>th</sup> Anniversary”

- แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

- บาร์นาร์ด (Barnard, 1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่าเป็นเทคนิควิธีที่ลดทางเลือกลงมาให้เหลือเพียงทางเดียว

- ซีมอน (Simon, 1960, p.1) การตัดสินใจ คือ การกำหนดขอบเขตของนโยบายทั้งหมด และเป็นภารกิจที่แผ่กระจายไปทั่วการบริหารองค์การเช่นเดียวกับการปฏิบัติงาน แท้จริงแล้วการตัดสินใจมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการบริหารโดยทั่วไป จะต้องรวมหลักการขององค์การเพื่อประกันความถูกต้องของการตัดสินใจ เป็นหลักการที่เที่ยงตรงประกันประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 110) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกทางเลือก มาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งต้องมีทางเลือกหลายๆ ทางเกิดขึ้นก่อน แล้วนำมาเปรียบเทียบ กันจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป

จากความหมายของการตัดสินใจที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นสรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกคิดอันจะนำไปสู่การปฏิบัติหลายๆ ทางเลือก เพื่อให้ได้ทางเลือกที่เห็นว่ามีค่าที่สุด เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งใจ

- แนวคิดทฤษฎีการบริการ

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติต่อลูกค้า (ผู้มาเยือน หรือ แขก) อย่างเต็มใจ เพื่อให้ลูกค้า (ผู้มาเยือน หรือ แขก) เกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการของเราซ้ำอีก

- ระรินธร อักษรศรี (2537 : 15) การบริการคือ กิจกรรมใดๆ อันเป็นประโยชน์และ ความพอใจของผู้ให้บริการพึงมอบให้บุคคลอื่น

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2540 : 36) เห็นว่า พฤติกรรมการให้บริการ แบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคล เป็นพฤติกรรมการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อ ประชาชนมากที่สุด กล่าวคือ ยิ่งพฤติกรรมการให้บริการมีลักษณะไม่คำนึงถึงตัวบุคคลมากเท่าใด พฤติกรรมนั้นก็ยังมีประสิทธิภาพมากเท่านั้น หลักการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ คือหลักการไม่ คำนึงถึงตัวบุคคลแบบ Sine Irate Studio คือ เป็นลักษณะการให้บริการโดยปราศจากความเกลียด หรืออารมณ์ และไม่มีความชอบพอ หรือความสนใจเป็นพิเศษ หลักการนี้มุ่งปฏิบัติงานโดยไม่นำ ความเป็นส่วนตัวมาเกี่ยวข้อง ทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสถานที่เหมือนกัน

- ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง เป็นความชอบความรู้สึกที่รับรู้ด้วยจิตใจซึ่งระดับ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน เนื่องจากพื้นฐานการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ อาชีพ เป็นต้น ซึ่งมีนักวิชาการต่างๆ ให้ความหมายไว้ดังนี้

- เทพพนม เมืองแมน และ สวิง สุวรรณ (2529 : 76) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงาน เป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของอารมณ์ในทางบวกที่ผลเกิดขึ้น เนื่องจากการประเมิน ประสิทธิภาพในงานของคนๆ หนึ่ง



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8  
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80<sup>th</sup> Anniversary”

-ปิยดา สมบัติวัฒนา (2545 : 228-229) มีความเห็นว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์อย่าง ใกล้ชิดกับทัศนคติ โดยถือเป็นพื้นฐานของทัศนคติอันเกิดจากความตั้งใจที่ดี

-Victor H.Vroom (สมยศ นาวิการ. 2536 : 372-375; อ้างอิงจาก Victor H.Vroom. Work and Motivation. 1964 : 362-365) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เกิดจากการที่บุคคลนั้นๆ เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือเข้าไปรับรู้แล้วพอใจ โดยความหมายของความพึงพอใจสามารถแทนความหมายของทัศนคติได้ ซึ่งบางที่เรียกว่า V.I.E เนื่องจากมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ

V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือ

E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ บุคคลมี ความต้องการ และมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการ หวังสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ตั้งความหวัง หรือคาดหวังเอาไว้แล้วนั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจและในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่ สูงขึ้นเรื่อยๆ

สรุปการเข้ารับบริการให้บริการจากอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้บริโภคนอกเหนือไปจากฝีมือและคุณภาพของอู่ในการจัดซ่อมแล้วการบริการนับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์อันเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า หากความพึงพอใจไม่เกิดการจะเลือกใช้บริการสถานที่อื่นย่อมเกิดขึ้นและการสร้างความประทับใจให้เกิดการใช้สินค้าซ้ำย่อมต้องให้ความสำคัญกับบุคลากรและการบริการที่ดี

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง โดยดำเนินการดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ที่เข้ารับบริการจากอู่ซ่อมรถยนต์ 6 แห่ง จำนวน 312 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คำนวณจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร (Taro Yamane, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 175 ราย กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

#### 2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยในการเลือกใช้ใช้บริการ

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง

#### 3. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการซ่อมรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง แบ่งออกเป็น 4 ตอน



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8  
 “Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80<sup>th</sup> Anniversary”

ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะคำถามแบบปลายเปิดและปลายปิด จำนวน 7 ข้อ เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ รายได้ เหตุผลในการเข้ารับบริการ จำนวนรถยนต์ที่ถือครอง ประเภทรถยนต์ที่ถือครอง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด จำนวน 40 ข้อ เกี่ยวกับปัจจัยการให้บริการต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 9 ด้าน เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

สำคัญมากที่สุด	กำหนดค่าระดับ 5 คะแนน	สำคัญมาก	กำหนดค่าระดับ 4 คะแนน
สำคัญปานกลาง	กำหนดค่าระดับ 3 คะแนน	สำคัญน้อย	กำหนดค่าระดับ 2 คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	กำหนดค่าระดับ 1 คะแนน		

ตอนที่ 3 แบบสอบถามมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด จำนวน 8 ข้อ เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

สำคัญมากที่สุด	กำหนดค่าระดับ 5 คะแนน	สำคัญมาก	กำหนดค่าระดับ 4 คะแนน
สำคัญปานกลาง	กำหนดค่าระดับ 3 คะแนน	สำคัญน้อย	กำหนดค่าระดับ 2 คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	กำหนดค่าระดับ 1 คะแนน		

ตอนที่ 4 แบบสอบถามมีลักษณะคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้รายละเอียดของข้อมูลได้มากที่สุด

4.การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังสถานประกอบการธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 6 แห่งและได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 200 ชุด ได้กลับคืนมา 175 ชุด เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

5.การวิเคราะห์ข้อมูล

ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

6.สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach Alpha Coefficient)
- การวิเคราะห์ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการซ่อมรถยนต์ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
- การวิเคราะห์ตอนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์และตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8  
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80<sup>th</sup> Anniversary”

- การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง ใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson’s Product Moment Correlation)

- การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression)

### ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากรที่ศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 35.5 เมื่อพิจารณาตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ มีอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 และน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.0 เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.5 และน้อยที่สุดมีอาชีพอื่น ๆ (ตัวแทนบริษัทประกันภัย) คิดเป็นร้อยละ 1.5 เมื่อพิจารณาตามรายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ มีรายได้ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 ส่วนเหตุผลในการเข้ารับบริการ พบว่า ส่วนใหญ่ระบุว่าเพราะความสามารถของผู้ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 60.60 รองลงมาคือ อยู่ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 42.90 ชื่อเสียงของร้านที่เข้ารับบริการ คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีบุคคลแนะนำมา คิดเป็นร้อยละ 33.10 ค่าใช้จ่ายในการบริการไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 29.70 เหตุสุดวิสัย คิดเป็นร้อยละ 7.40 และอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 6.30 ในส่วนของรถยนต์ที่ถือครอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรถ 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาคือ มี 2 คันคิดเป็นร้อยละ 11.5 และน้อยที่สุดมีอื่น ๆ (มากกว่า 4 คัน) คิดเป็นร้อยละ 1.5 เมื่อจำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ถือครอง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเช่นรถเก๋ง คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ รถบรรทุกส่วนบุคคล เช่น รถกระบะ 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และน้อยที่สุดมีอื่น ๆ (รถบรรทุก) คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตอนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ โดยรวมมีความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .65) การตอบสนอง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .64) การเข้าถึงบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .76) ความสามารถ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .60) ความซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .59) ความมั่นคง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.10 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .67) สิ่งที่ต้องได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .67) การสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .60) ความเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .76)



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8  
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80<sup>th</sup> Anniversary”

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการรถช่อมอเตอร์ในจังหวัดระนอง โดยรวมมีความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.36 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เมื่อรถยนต์มีปัญหาลูกค้าเลือกจะเข้าช่อมอเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37(ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .77) กรณีต้องการคำปรึกษาปัญหาเครื่องยนต์ลูกค้าเลือกใช้บริการรถช่อมอเตอร์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33(ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .73) ลูกค้าพึงพอใจในความสามารถและความน่าเชื่อถือของช่าง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.37 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .70) พนักงานและช่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.42(ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .68) ค่าใช้จ่ายในการช่อมอเตอร์มีความเหมาะสมและคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27(ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .75) ] ลูกค้ารู้สึกสบายใจ สะดวก ปลอดภัย และบริการที่ดีเมื่อเข้ามาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.31(ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .73) ลูกค้าพอใจกับการให้บริการจากช่อมอเตอร์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.39(ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .65) หลังจากใช้บริการแล้วลูกค้าจะกลับมาใช้บริการอีก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.42(ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .68)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น ลูกค้ามีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการบริการของช่อมอเตอร์เรียงลำดับจากความต้องการมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ลูกค้ามีความต้องการให้อู่มีการรับประกันหลังการซ่อม ร้อยละ 26.2 ตรงต่อเวลาบริการรวดเร็ว ร้อยละ 19.7 พนักงานมีอัธยาศัยดีสุภาพ ร้อยละ 11.5 ช่างได้มาตรฐาน ร้อยละ 9.8 อู่มีความสะดวกสบายในการเดินทาง พนักงานให้คำแนะนำที่ดี ร้อยละ 8.2 อู่มีบริการเสริมอื่นๆ ร้อยละ 6.6 นอกจากนี้ลูกค้ายังต้องการให้อู่มีระบบผ่อนชำระ ร้อยละ 3.3 และควรมีกิจจัดโปรโมชั่น มีบริการนอกสถานที่ พุดคุยทางโทรศัพท์ที่มีความชัดเจน มีการจัดลำดับและลักษณะซ่อม ร้อยละ 1.60

### การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถช่อมอเตอร์ในจังหวัดระนอง สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถช่อมอเตอร์ในจังหวัดระนอง เนื่องจากอายุ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันทำให้แต่ละคนมีรสนิยมหรือพฤติกรรมความชอบที่แตกต่างกันและผู้ใช้จำเป็นต้องเลือกใช้บริการที่เหมาะสมกับตนเอง ประเภทรถยนต์ที่ถือครองมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถช่อมอเตอร์ที่แต่ละอู่มักจะมีความถนัดในรูปแบบลักษณะรถที่ต่างกัน

2. ปัจจัยในการเลือกใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถช่อมอเตอร์ในจังหวัดระนอง จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ การสื่อสาร การสร้างสิ่งจำเป็นที่จำเป็นสำคัญที่ระดับ .05 ด้วยเหตุที่ช่อมอเตอร์เปิดให้กิจการมานานกว่าสิบปี จึงสั่งสมประสบการณ์ต่างๆ ชื่อเสียงในวงการรถช่อมอเตอร์ และพร้อมด้วยช่างฝีมือที่มีความสามารถ เมื่อเกิดการบริการที่ประทับใจครั้งแรกก็จะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีต่อไปในอนาคตซึ่งลูกค้าจะวัดจากสิ่งที่มองเห็นได้ในการบริการ

3. การตัดสินใจเลือกใช้บริการรถช่อมอเตอร์ในจังหวัดระนอง โดยรวมมีความสำคัญในระดับมาก คือ หลังจากที่มีการใช้บริการไปแล้วจะ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8  
 “Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80<sup>th</sup> Anniversary”

กลับมาใช้บริการอีก พนักงานและช่างมีมนุษยสัมพันธ์อันดี ลูกค้าพอใจกับการให้บริการ รู้สึกสะดวก อุณหภูมิ  
 ปลอดภัย เมื่อมีการใช้บริการ

4. ในส่วนของข้อเสนอแนะลูกค้ามีความต้องการในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการอยู่ซ่อม  
 รถยนต์จากการศึกษาข้อเสนอแนะพบว่าอยู่ซ่อมรถยนต์ควรปรับปรุงในเรื่องของคุณภาพของงานที่ดี มีคุณภาพ  
 สม่าเสมอ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ราคาสมเหตุสมผล การบริการรวดเร็ว การพัฒนาฝีมือช่าง และการดูแลหลัง  
 การซ่อม

**ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย**

1. จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดระนอง ปัจจัยที่มี  
 ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีผลอยู่ในระดับมาก นับว่าเป็นสิ่งที่ต้องคงไว้ซึ่งสิ่งที่ดี
2. ด้านบุคคล เจ้าของกิจการเข้าใจความต้องการของลูกค้า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การฝึกอบรม  
 ช่างให้ได้มาตรฐานและทักษะที่ดีขึ้น
3. ดำเนินการให้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ที่ครบวงจรเพื่อตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการ

**เอกสารอ้างอิง**

วิศณุ แปะยาแก้ว. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ ในจังหวัด  
 เชียงราย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, สถาบัน ราชภัฏเชียงใหม่

จรรยา บัญญัติ. (2551). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ในจังหวัด ปทุมธานี.  
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.

เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ. (2547). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่  
 ซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อุเทน ธรรมธิ. (2546). การพัฒนาระบบการจัดการอยู่ซ่อมสีรถยนต์ สำหรับอู่กิจเจริญ.  
 วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พรศักดิ์ รักดีวัฒนกุล 2547:การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกอยู่ซ่อมรถยนต์ ในเขต  
 ยานนาวา: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์