ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

Factors Influencing the Decision to Use Auto Repair Services Shop in Ubon Ratchathani's Municipality Areas

บวรพัฒน์ ภักค์พิธาสุขนิธิ*[1] และ กิตติมา จึงสุวดี**[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 34000

[2]คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 34000

E-mail: banlu045@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าของรถซึ่งจดทะเบียนรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ถึงปี 2556 จำนวน 391 คน โดยสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างไม่เป็นสัดส่วน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การทดสอบค่า t และการทดสอบค่า F ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 78.77 มีอายุ 36-45 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้ต่อเดือน 10,001–20,000 บาท

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 23

2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่มี เพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อู่ซ่อมรถยนต์ การตัดสินใจ

Abstract

The research aimed to study and compare the factors influencing a decision to use auto repair shop services in Ubon Ratchathani's municipality areas, Ubon Ratchathani province as they were classified according to their gender, age, marital status, educational level, occupation and monthly incomes. The sample group consisted of 391 people of car owner register in Ubon Ratchathani's municipality areas since B.E. 2556, derived by a non-proportionated stratified sampling method. The research instrument was a five rating scale questionnaire with the entire confident value of .95. Statistics for analyzing were frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple regression, t-test and F-test. The majority of

the samples were male (78.77), aged between 36-45 years old, marriage status, degree holders, government workers/ state enterprise workers, earned a monthly income 10,001-20,000 baht. Respondents gave an importance to make the decision to use auto repair shop services in excellent level in every aspect.

The research findings were as follows:

1. The factors influencing a decision to use auto repair shop services in Ubon Ratchathani's municipality areas, Ubon Ratchathani province were products, personnel and environment of service. These factors altogether could predict the decision to use an auto repair shop service in Ubon Ratchathani's municipality areas at 23%.

2. According to the aspect of personal factors that influencing a decision to use auto repair shop services in Ubon Ratchathani's municipality areas, the gender of user was statistically different at .05. Other factors were not different.

Keyword: Factors Influencing, Auto repair shop, The decision

บทนำ

โลกในอดีต มนุษย์มีความจำเป็นต้องมีปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิต คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ซึ่งไม่สามารถขาดได้ เพราะเมื่อขาดจะส่งผลต่อการดำเนินชีวิตอย่างมาก แต่ในสังคมมนุษย์ในโลกปัจจุบันนี้ เรามิอาจปฏิเสธได้ว่า ชีวิตมนุษย์ต้องมีปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัย 4 เพื่อการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งรถยนต์ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต และมีความจำเป็นอย่างมากในหลายๆด้าน เนื่องจากรถยนต์เป็นเครื่องอำนวยความสะดวกที่ให้ความสะดวกสบายและรวดเร็วในการเดินทาง เช่น ทำหน้าที่รับและส่งคน ช่วยให้ประหยัดเวลาในการติดต่อธุรกิจ รวมทั้งใช้ในงานขนส่งสินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิต และผลผลิตไปยังที่ต่างๆ ที่ต้องการ เพื่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และรถยนต์ยังเป็นสิ่งแสดงฐานะทางสังคม ที่หลายๆคน ให้ความสำคัญ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเข้าสังคม หรือ เสริมหน้าที่การงาน สร้างความน่าเชื่อถือในการติดต่อดำเนินธุรกิจ โดยรถเก๋งจะได้รับความนิยมมากในการเสริมภาพลักษณ์ให้กับเจ้าของได้ดีกว่ารถประเภทอื่น ปัจจุบันธุรกิจรถยนต์มีการขยายตัวและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีปัจจัยหลายด้าน เช่น การแข่งขันแย่งชิงตลาดของรถยนต์ยี่ห้อต่างๆเพราะสามารถสร้างรายได้และผลกำไรที่ดีจึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง ปริมาณความต้องการสะสมอันเป็นผลต่อเนื่องมาจากผลกระทบจากภัยธรรมชาติ น้ำท่วม ในปี 2554 นโยบายรถยนต์คันแรกของรัฐบาล คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติมาตรการลดภาษีรถยนต์ โดยคืนภาษีสรรพสามิตให้กับผู้ซื้อโดยตรง รายละไม่เกินหนึ่งแสนบาทหลังครอบครองรถไปได้แล้ว 1 ปี ทำให้การมีรถยนต์ใช้เป็นสิ่งที่ง่ายมากขึ้น จึงส่งผลทำให้เกิดความต้องการรถยนต์ในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปี 2555 ทั่วประเทศไทยมีรถที่จดทะเบียนใหม่จำนวน 2,743,666 (กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมขนส่งทางบก2557)

รถยนต์ถือเป็นผลิตภัณฑ์ทางด้านวิศวกรรม มีอายุการใช้งาน มีการหมดอายุหรือการเสื่อมสภาพลง ดังนั้นจึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงการ ซ่อม บำรุงรักษาได้ ขณะเดียวกันกับวิถีชีวิตคนไทยถูกบีบรัดด้วยสภาพแวดล้อมเทคโนโลยี เศรษฐกิจ จนไม่มีเวลาดูแลรถยนต์ของตนเอง ประกอบกับผู้ใช้รถยนต์ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ในการซ่อมบำรุงรักษารถยนต์ เพื่อให้รถยนต์อยู่ในสภาพที่มีอายุการใช้งานยาวนาน และพร้อมใช้งาน แต่ผู้ใช้รถยนต์มีความสามารถในการเลือกสถานบริการ ซ่อมบำรุงที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ได้ ซึ่งอู่ซ่อมรถยนต์ก็เป็นทางเลือกหนึ่ง และจากที่ปัจจุบันธุรกิจบริการซ่อมบำรุงรถยนต์ มีการขยายตัวและเจริญเติบโตอย่าง

รวดเร็ว ตามจำนวนรถยนต์ที่มากขึ้น ประกอบกับรัฐให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นมากมาย ทำให้ในยุคของการแข่งขันจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ดำเนินธุรกิจการบริการต้องแสวงหาเทคนิคและปรับเปลี่ยนวิธีการบริการให้มีประสิทธิภาพที่สูงมากขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอยู่เสมอ การนำเสนอสินค้าที่มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น จุดเริ่มต้นที่สำคัญคือการศึกษาความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการศึกษาตลาด การส่งเสริมการตลาด ส่วนประสมการตลาด การบริหารกระบวนการตลาด ตลอดจนปัจจัยสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีอิทธิพลกระทบต่อตลาด (เสรี วงษ์มณฑา 2547: 1) ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยซึ่งทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุงกลยุทธ์และนโยบาย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และจะเป็นประโยชน์ในการนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานแก่องค์กร หรือบริษัทต่าง ๆ ที่สนใจในการศึกษาเรื่องดังกล่าวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของผู้ใช้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ เจ้าของรถซึ่งจดทะเบียนรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี สะสมถึงปี 2556 โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูป Krejcie and Morgan ได้กลุ่มจำนวน 391 คน และสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างไม่เป็นสัดส่วน

2. ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย

2.1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ

2.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

4. การดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย

4.1. ศึกษาข้อมูลจากตำราและเอกสาร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับทำการวิจัย

4.2.กำหนดกรอบแนวคิดจากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษา โดยวิเคราะห์แยกประเด็นที่ต้องการศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบสอบถาม ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัยทั้งฉบับ (Reliability Analysis) และได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .95

5. การวิเคราะห์ข้อมูล คำนวนหาร้อย ค่าเฉลี่ยใช้ในการจำแนกและแปลความหมายตัวแปร ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงการวัดการกระจายของข้อมูล การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ Stepwise วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี การทดสอบค่า t ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ การทดสอบค่า F ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่

อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นต้น

ผลการวิจัยและอภิปลายผล

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

1.1 ด้านบุคลากร จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ คือ ช่างมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ พนักงานมีความเต็มใจ มีความพร้อมในการให้บริการ และมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส อาจเป็นเพราะ งานซ่อมรถยนต์ต้องใช้ช่างที่มีความรู้ความสามารถในงานซ่อมอย่างเข้าใจ สามารถวิเคราะห์แก้ปัญหางานอย่างถูกต้องแม่นยำ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในคุณภาพการซ่อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสิทธิ์ วิฑูรเศรษฐ์ (2551: 87-89) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเขตเทศบาลเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร พบว่า บุคลากร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเขตเทศบาลเมืองมุกดาหารในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ ช่างมีความรู้ความสามารถสูง พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีช่างซ่อมรถยนต์ไว้บริการอย่างเพียงพอและเอาใจใส่ในงานอย่างจริงจัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริฉัตร มูลจัด (2557: 89-92) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่จดทะเบียน ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีพบว่าบุคลากร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่จดทะเบียน ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี คือ บุคลากรมีความชำนาญเกี่ยวกับการรับเหมาก่อสร้าง บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ บุคลากรให้บริการเป็นกันเอง และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2003: 250-269) กล่าวว่า บุคคล หรือพนักงานสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขัน เป็นการสานความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับลูกค้าที่ใช้บริการ พนักงานมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนอง

1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ คือ อู่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป อู่มีการบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน อู่มีเครื่องมือและอุปกรณ์มีประสิทธิภาพในการให้บริการ อาจเป็นเพราะ อู่โดยทั่วไปมีจำนวนมากและมีคุณภาพการให้บริการหลายระดับ ทำให้การที่เข้าใช้บริการอู่ที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือมีเครื่องมือและอุปกรณ์ไม่มีประสิทธิภาพส่งผลให้ได้รับการบริการที่ไม่มีคุณภาพ ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐาน ทำให้ใช้งานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวลิต ตั้งมานะกุล (2553: 91-93) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการของ หจก. ไทยยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี อุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการของ หจก. ไทยยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ ศูนย์บริการได้การรับรองมาตรฐานการบริการ ศูนย์บริการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพร ภูโท (2554: 122-123) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเบเกอรี่ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเบเกอรี่ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ ร้านเบเกอรี่ที่มีชื่อเสียง/ตรายี่ห้อ เป็นที่รู้จัก เบเกอรี่มีความสดใหม่ สะอาด ถูก หลักอนามัย เบเกอรี่ที่มีรสชาติอร่อย และสอดคล้องกับแนวคิดของ ธธีร์ธร ธีรขวัญโรจน์ (2556: 63-79) กล่าวถึง ผลิตภัณฑ์ ด้านบริการว่า เป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพบริการต้องประกอบด้วยหลายปัจจัยที่ประกอบกับ ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์

1.3 ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ พบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ คือ อู่มี

สถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีห้องรับรองสำหรับรอรับรถยนต์ และอาคารสถานที่มีความสะอาด เรียบร้อย อาจเป็นเพราะ การมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ทำให้ผู้ใช้บริการ มีความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ ซึ่งแสดงถึงความพร้อมด้านสถานที่ในการให้บริการ ส่วนอู่มีความสะอาดเรียบร้อยจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกน่าเชื่อถือในการเข้าใช้บริการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวลิต ตั้งมานะกุล (2553: 91-93) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการของ หจก. ไทยยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี อุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการของ หจก. ไทยยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ สถานที่กว้างขวาง โอ่โถง ศูนย์บริการมีห้องรับรองสำหรับรอรับรถ ภายในศูนย์บริการมีการถ่ายเทอากาศดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐพล เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2552: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการเป็นปัจจัย ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ในระดับมาก มาก โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ความสะอาดและสะดวกสบายภายในร้าน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Lovelock and Wirtz (2004: 12-14) ได้กล่าวถึง ด้านสภาพแวดล้อมในการการให้บริการ ว่า ลักษณะทางกายภาพและสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่า ธุรกิจบริการจำเป็นต้องบริหารหลักฐานที่เป็นตัววัตถุอย่างรอบคอบ เนื่องจากอาจมีผลกระทบอย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้า

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี กับปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า

2.1 จำแนกตามผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ในการพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ โดยกลุ่มที่เป็นเพศหญิงมองว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากกว่าเพศชาย อาจเป็นเพราะเพศหญิงไม่มีความรู้ ความสนใจด้านการซ่อมมากเท่าเพศชาย แต่มีความใส่ใจด้านความสะอาดเรียบร้อย สถานที่จอดรถมากกว่าเพศชาย จึงให้ความสำคัญแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริฉัตร มูลจัด (2557: 89-92) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่จดทะเบียน ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีการพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้าง แตกต่างกันในด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ คือ มีการจัดสภาพและการจัดตกแต่งภายในบริษัทได้อย่างสวยงาม การจัดระบบการให้บริการที่สะดวก เช่น มีแผนผังบอกขั้นตอนการทำงาน และมีการตรวจสอบเครื่องมือ อุปกรณ์ก่อนใช้งานทุกครั้ง มีสถานที่กว้างขวาง เช่น ที่จอดรถ

2.2 จำแนกตาม อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน ให้ความสำคัญในการพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์กับศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ ในด้านราคา มาก่อนแล้ว เนื่องจากอู่ซ่อมรถยนต์มีราคาที่ถูกกว่า จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศราวุธ ยุตวัน (2553: 80-83) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตพื้นที่จังหวัดยโสธร ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวลิต ตั้งมานะกุล (2553: 91-93) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการของ หจก. ไทยยนต์ใน

เขตเทศบาลนครอุบลราชธานี อุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการของ หจก. ไทยยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 23

2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ ต่างกัน ให้ความสำคัญในภาพรวมแตกต่างกันกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ ให้ความสำคัญแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องบุคลากร ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน และเมื่อจำแนกตามอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ กับศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ในด้านราคา มาก่อนแล้วเนื่องจากอู่ซ่อมรถยนต์มีราคาที่ถูกกว่า จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ควร มีการแสดงใบประกาศรับรองการเป็นตัวแทนอะไหล่ยี่ห้อที่มีคุณภาพเป็นที่รู้จัก มีภาพแสดงเครื่องมือพิเศษในการตรวจเช็คงานซ่อมและอธิบายคุณสมบัติ มีใบรับรองมาตรฐานอู่จากกรมการขนส่งทางบก เมื่อมีการเปลี่ยนอะไหล่ต้องแจ้งให้ผู้บริการทราบถึงสาเหตุการเสีย และราคา หลังจากเปลี่ยนอะไหล่มีการคืนอะไหล่เก่าให้กับผู้ใช้บริการ มีการแสดงใบรับรองการส่งช่างเข้ารับการอบรมจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน หรือการอบรมจากบริษัทที่อู่เป็นตัวแทนจำหน่าย ช่างมีชุดฟอร์มของอู่ที่ดูน่าเชื่อถือ มีรูปแสดงการเข้าดูงานโรงงานผู้ผลิตอะไหล่รถยนต์ มีใบรับประกันการเปลี่ยนอะไหล่ให้ผู้ใช้บริการ

2. ด้านบุคลากร ผู้ประกอบธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ควร มีการส่งช่างเข้ารับการอบรมเพิ่มเติมความรู้ด้านการซ่อมรถยนต์จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีการส่งช่างเข้าอบรมเกี่ยวกับเครื่องมือพิเศษในการตรวจเช็คงานซ่อมเพื่อจะได้ใช้การตรวจเช็คที่ถูกต้องและแม่นยำ มีการส่งช่างเข้าดูงานโรงงานผู้ผลิตอะไหล่รถยนต์เพื่อทราบถึงการถอดประกอบชิ้นส่วนที่ถูกต้อง การติดตั้งที่ได้มาตรฐาน ข้อควรระวังในการใช้งาน มีการส่งพนักงานอบรมเรื่องการพัฒนาทักษะการให้บริการ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการให้บริการ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ พบว่ากลุ่มที่เป็นเพศหญิง มองว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากกว่าเพศชาย ดังนั้นผู้ประกอบธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ควรมีการแบ่งพื้นที่จอดรถที่ชัดเจนและสะดวกในการนำเข้าออก ห้องรับรองมีการตกแต่งภายในให้ดูร่มรื่นสบายตา มีที่นั่งเพียงพอ มีอากาศเย็นสบาย มี Wifi โทรทัศน์ วารสาร หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์อื่นๆ เครื่องดื่ม ไว้บริการขณะรอรับรถ มีพนักงานดูแลความสะอาดภายในอู่ มีการแบ่งโซนงานซ่อมและโซนต่างๆที่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ กับศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

2. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์

3. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจหลังการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จึงสุวดีและ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประนอม คำผา ที่คอยให้คำปรึกษา ตรวจสอบ แนะนำและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. **การตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546.

ชวลิต ตั้งมานะกุล. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการของหจก.ไทยยนต์.** มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2553.

ทองใบ สุดชารี. **การวิจัยธุรกิจ: ปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือตำรา**. อุบลราชธานี: คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2551.

ธงชัย สันติวงษ์. **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด.** กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง, 2546.

ธธีร์ธร ธีรขวัญโรจน์. **การตลาดบริการ.** ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2556.

นภาพร ภูโท. **ปัจจัยการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเบเกอรี่.** มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2554.

บุญชม ศรีสะอาด. **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1 พิมพ์ครั้งที่ 2.** กรุงเทพมหานคร: สุวิริยาสาส์น, 2541.

ประสิทธิ์ วิฑูรเศรษฐ์. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ในเขตเทศบาลเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร.** มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2551.

ประสิทธิ์พร จิตต์วารี. **คุณลักษณะที่จำเป็นของผู้ประกอบการอาชีพอิสระอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนต์ครุศาสตร์มหาบัณฑิตสถาบันราชภัฏพระนคร, 2545.

ปาริฉัตร มูลจัด. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่จดทะเบียน.** มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2557.

เพ็ญศิริ โชติพันธ์. **กลยุทธ์การตลาด.** อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2549.

รัฐพล เทพหัสดิน ณ อยุธยา. **ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า.** มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 2552.

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. **จิตวิทยาการบริการ.** กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2551.

ศันสนีย์ โอภาสนิรัติศัย. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลโอเวอร์บรุ๊ค.** มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2555.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. **การบริการการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย, 2546.

ศราวุธ ยุตะวัน. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ของลูกค้าในเขตพื้นที่จังหวัดยโสธร.** มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2553.

เสรี วงษ์มณฑา. **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2547.

Kotler, Philip. **Marketing Management.** Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 2003.

Lovelock Christopher H And Jochen Wirtz. **Services Marketing.** 7/E: Prentice Hall, 2004.