สยามวิชาการ ปีที่ 16 เล่มที่ 2 ฉบับที่ 27 พฤศจิกายน 2558 – กุมภาพันธ์ 2559
Siam Academic Review Vol.16, No.2, Issue 27, November 2015 – February 2016

แนวทางการพัฒนาการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Guidelines for Development of Services in Standard Motor Garages in Amphoe Hat Yai, Songkhla Province

อรนุช พรหมเพศ [1]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้บริหารของอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานที่มีประสบการณ์การทำงานเกิน 5 ปี จำนวน 5 อู่ วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกมาจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นคำถามและนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาความ ผลการศึกษา พบว่า 1) บริบทการให้บริการอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7P's 2) แนวทางการพัฒนาในการให้บริการของอู่ซ่อมรถมาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ผู้บริหารควรตระหนักถึงความสำคัญของมาตรฐานในการจัดซ่อม อาทิเช่น ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาไม่มีผลกระทบต่อ แนวทางการพัฒนาในการให้บริการของอู่ซ่อมรถมาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกแนวทางการพัฒนาในการให้บริการของอู่ซ่อมรถมาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มาก ที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ

***คำสำคัญ**: แนวทางการพัฒนาอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐาน, ส่วนประสมทางการตลาด, การบริการ*

---

[1] นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

Abstract

This research aims at studying the guidelines for development of services in standard motor garages in Amphoe Hat Yai, Songkhla by qualitative research methods. The tool is a research interview form. This research uses the semi structure method to interviews five executives from five standard automotive garages that have work experiences over 5 years. The interview data are analyzed and presented descriptively. The results showed that 1) the service garages in Amphoe Hat Yai, Songkhla are in the context of using composition of the 7P's marketing 2) The guidelines developed in this research make executives in Amphoe Hat Yai, Songkhla to realize the importance of the repair standards. The research finds that prices do not affect the guidelines of service development of the garages in Amphoe Hat Yai, Songkhla. Factors that affect the decision to choose the development approaches in service of a standard garage in Amphoe Hat Yai, Songkhla are products and services, distribution channels, campaigns and promotions, people, process, and physical environment, respectively.

Keywords: *Guidelines for Development of Standard Motor Garages, Marketing Mix, Services*

บทนำ

รถยนต์เป็นยานพาหนะทางบกที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ เนื่องจากรถยนต์เป็นยานพาหนะที่ช่วยให้มนุษย์มีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลาในการติดต่อธุรกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกในการคมนาคมสัญจรแก่ผู้เป็นเจ้าของ แต่ยานพาหนะประเภทดังกล่าว เมื่อใช้งานไประยะหนึ่งก็จะเกิดความสึกหรอจากการใช้งานและอาจเกิดอุบัติเหตุจากการใช้งานจากเหตุการณ์ฉุกเฉินจึงจำเป็นต้องเข้ารับการตรวจสภาพและซ่อมแซมเมื่อเกิดความเสียหายจากการใช้งานที่เกิดขึ้น ซึ่งมีหน่วยงานภาคเอกชนที่คอยอำนวยความสะดวกในการซ่อมแซมและบำรุงรักษาทั้งนี้หน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทในการกำหนดการกำหนดมาตรฐานและการตรวจสอบพิจารณาสภาพรถ

ปัจจุบันอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยมีเพิ่มสูงขึ้นโดยเฉพาะในปี 2012 มีการลงทุนในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึงประมาณ 1.7 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 150 จากปีก่อนหน้า (SCB Economic Intelligence Center, 2556)

จากแนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในด้านของการผลิตยานยนต์ และการใช้จ่ายในหมวดของยานยนต์ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและการที่ค่ายรถต่างๆ ได้มีการออกตัวรถยนต์รุ่น

ใหม่ๆ มาแข่งขันกันในตลาด โดยมีการจูงใจผู้ซื้อ โดยให้เงื่อนไขการชำระเงินเงินดาวน์ที่ต่ำลง และอัตราดอกเบี้ย ที่ต่ำเป็นพิเศษ ทำให้แนวโน้มของปริมาณรถยนต์ในแต่ละปีมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งสามารถดูได้จากจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะในปี 2556 สถิติการจดทะเบียนรถ ยนต์ใหม่ทั่วประเทศในครึ่งปีแรกของปี 2556 สูงเกือบ 1,500,000 คัน เป็นรถจักรยานยนต์ประมาณ 1,000,000 คัน รองลงมาคือ รถเก๋ง และรถปิคอัพ รวม 500,000 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2556)

ซึ่งการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ และปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องดังกล่าวได้ส่งผลทำให้ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์มีการขยายตัวตามอุตสาหกรรมยานยนต์เช่นธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์เป็นต้น ซึ่งสามารถดูได้จากการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในหมวดของการค้าส่งสินค้าปลีกซ่อมยานยนต์และของใช้เกี่ยวกับรถยนต์และแนวโน้มของธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นจากสภาวการณ์ด้านต่างๆ ข้างต้นอาจจะเห็นได้ว่าขณะสภาวะเศรษฐกิจดังกล่าวในปัจจุบันเป็นสภาวะที่เอื้อต่อการเปิดกิจการอู่ซ่อมรถโดยมีปัจจัยสำคัญคือการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมยานยนต์ทำให้มีแนวโน้มตลาดที่ดีในอนาคตอีกทั้งแนวโน้มการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์มีการปรับตัวไปในแนวทางที่ดีขึ้นและมีทางเลือกด้านแหล่งเงินทุนอื่นๆ เพิ่มขึ้นประกอบกับการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของภาครัฐและเอกชนน่าจะเป็นข้อได้เปรียบในการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการก่อตั้งอู่ซ่อมรถ

จากปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ในประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2555 พบว่า ภาวะเศรษฐกิจ โดยรวมขยายตัวและมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยบวกที่สำคัญ ได้แก่ สินค้าเกษตร โดยเฉพาะยางพาราที่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.42 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และการทำประมงที่มีปริมาณสัตว์น้ำ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.44 ทำให้รายได้จากภาคธุรกิจดังกล่าวปรับตัวสูงขึ้น จากปัจจัยการผลิตที่มีสัญญาณเชิงบวกต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจส่งผลให้ในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทำให้คนมีอัตรากำลังในการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มสูงขึ้นสอดคล้องตามอัตราการขยายตัวทางภาคเศรษฐกิจ ปรากฏการดังกล่าว ส่งผลให้ในปัจจุบันในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีอัตราจำนวนการจดทะเบียนใหม่ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน จดทะเบียนใหม่ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 82.68 อันเป็นผลจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐจากนโยบายรถคันแรก (นิตยา กัลยาศิริ และคณะ, 2555)

ดังนั้นการศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการพัฒนาและเตรียมความพร้อมในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นในอนาคต เพื่อนำไปสู่การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

ของธุรกิจประเภทเดียวกัน อันจะนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการและเป็นการเตรียมความพร้อมของภาคธุรกิจประเภทดังกล่าวใน การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการให้บริการอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7P's

2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาในการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการเก็บข้อมูลภาคสนามกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อตอบคำถามการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารของอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 8 ราย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารของอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีประสบการณ์การทำงานเกิน 5 ปี จำนวน 5 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช่หลักความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (ณรงค์ โพธิพฤกษานันท์, 2556)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นคำถามแบบเปิด (อัศวิน แสงพิกุล, 2556)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารของอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐาน ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งมีรูปแบบการสัมภาษณ์เป็นแบบเชิงลึก (อัศวิน แสงพิกุล, 2556)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า ด้านข้อมูล โดยการพิจารณาจากแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์เป็นหลัก (รัตนะ บัวสนธ์ , 2556) ซึ่งได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นคำถามและนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาความ

ผลการวิจัย

คำถามการวิจัย ข้อที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริบทของการให้บริการอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7P's มีลักษณะอย่างไรบ้าง

1. ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product) พบว่า ใช้บริการเป็นงานเคาะ พ่น สี งานซ่อมช่วงล่าง งานพ่นกันสนิม และตั้งศูนย์ล้อ ซึ่งสามารถต้องสนองต่อความต้องการ

2. ด้านราคา (Price) พบว่า ส่วนใหญ่มีการคิดค่าบริการ โดยใช้ราคากลางของสมาคมอู่กลางการประกันภัย แบ่งเป็น 2 กรณี คือ 1) กรณีที่มีกรมธรรม์ประกันภัย บริษัทจะคิดค่าบริการซ่อมรถยนต์ผ่านบริษัทประกันภัย และ 2) กรณีไม่มีกรมธรรม์ประกันภัย บริษัทจะคิดค่าบริการจากผู้ใช้บริการโดยตรง ซึ่งมีการกำหนดราคานั้นดูจากความเหมาะสมระหว่างราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์และการให้บริการ ชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมรวมทั้งการประเมินราคา

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า อู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานส่วนใหญ่ มีศูนย์ให้บริการที่มีทำเลติด กับถนนสายหลัก สามารถเดินทาง ได้สะดวก และมีรถประจำทางผ่าน มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ สามารถติดต่อผ่านพนักงานรับโทรศัพท์ (Call Center) เวลา 08.00 - 17.00 น. และบางรายสามารถติดต่อทางสื่ออินเตอร์เน็ตได้ (Face Book)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ส่วนใหญ่มีการทำป้ายประชาสัมพันธ์ด้านหน้าอู่ มีการลงสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือคู่มือของบริษัทประกันภัย บางรายมีการแจกแผ่นพับและผ่าน Face Book แต่ไม่พบการลด แลก แจก แถมของสมนาคุณ

5. ด้านบุคคล (People) พบว่า ส่วนใหญ่ช่างซ่อมรถยนต์มีความชำนาญและเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน และผ่านการฝึกอบรมจากกรรมการส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมทั้งมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะด้าน และมีการเข้าฝึกอบรมปีละ 1 - 2 ครั้ง

6. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการทางอู่ซ่อมรถยนต์มีการตรวจสอบความเสียหายให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว ในกรณีที่รถของผู้ใช้บริการมีประกันภัยทางอู่จะมีการแจ้งความเสียหายเบื้องต้นไปยังบริษัทประกันภัยของลูกค้า เพื่อให้มีความสะดวกในการจัดซ่อมและส่งมอบรถตรงตามเวลาที่ได้นัดหมายกับผู้ใช้บริการ

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดซ่อมรถที่ทันสมัย มีห้องน้ำสะอาด และเพียงพอกับผู้ใช้บริการ

คำถามการวิจัย ข้อที่ 2 ผู้บริหารมีแนวทางการพัฒนาการให้บริการอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตามหลัก 7Ps มีลักษณะอย่างไร

1. ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product) พบว่า มีการปรับปรุงคุณภาพด้านสูตรสี โดยการ

ให้บริษัทตัวแทนจำหน่ายสีพ่นรถยนต์ส่งผู้เชี่ยวชาญมาอบรมเกี่ยวกับการผสมสี และเทคนิคการพ่นสีรถยนต์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

2. ด้านราคา (Price) พบว่า เพิ่มช่องทางการชำระเงินให้กับผู้ใช้บริการ โดยการชำระผ่านบัตรเครดิต

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ขยายที่จอดรถ และมีการติดต่อประสานงานในด้านเอกสารโดยผ่านแฟ็กซ์

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า การจัดทำแผ่นพับให้ผู้ใช้บริการ และมีการรับประกันหลังงานซ่อม หรือเปลี่ยนอะไหล่แท้ 5 ปี

5. ด้านบุคคล (People) พบว่า การพัฒนาความชำนาญของช่าง โดยการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดระบบของผู้ใช้บริการ ซึ่งการจัดซ่อมในแต่ละครั้งจะทำตามรายการที่แจ้งให้ซ่อม เพื่อความสะดวกในการจัดซ่อมและส่งมอบรถตรงตามเวลาที่ได้นัดหมายกับผู้ใช้บริการ

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า มีการแบ่งงานกันทำความสะอาดในแต่ละแผนกทุกวัน และการบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวทาง การพัฒนาในการให้บริการของอู่ซ่อมรถมาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และนำข้อมูลดังกล่าวนั้นมาวิเคราะห์ ผลการวิจัยในปัจจัยด้านต่างๆ สามารถนำมาอภิปรายในรายละเอียดด้านต่างๆ ดังนี้

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทการให้บริการอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7P's

1. ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product) เป็นการให้บริการงานเคาะ พ่น สี งานซ่อมช่วงล่าง งานพ่นกันสนิมและตั้งศูนย์ล้อ และสามารถต้องสนองต่อความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอานนท์ วงค์กองแก้ว (2555) ที่ศึกษาเรื่อง การประเมินส่วนประสมการตลาดบริการอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การมีบริการที่หลายประการให้เลือก สามารถตอบสนองต่อความต้องการ เนื่องจากปัจจุบันผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีความรีบเร่งในการดำเนินชีวิตที่สูง จึงทำให้ผู้บริโภคต้องการบริการที่ครบครัน เพื่อที่จะประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางต้องการสถานบริการที่ตอบสนองความต้องการของตนให้ได้อย่างครบถ้วนในสถานบริการเดียว

2. ด้านราคา (Price) ส่วนใหญ่มีการคิดค่าบริการโดยใช้ราคากลางของสมาคมอู่กลางการประกันภัย แบ่งเป็น 2 กรณี คือ 1) กรณีที่มีกรมธรรม์ประกันภัย บริษัทจะคิดค่าบริการซ่อมรถยนต์ผ่านบริษัทประกันภัย และ 2) กรณีไม่มีกรมธรรม์ประกันภัย บริษัทจะคิดค่าบริการจากผู้ใช้บริการโดยตรง ซึ่งมีการกำหนดราคานั้นดูจากความเหมาะสมระหว่างราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์และการให้บริการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมรวมทั้งการประเมินราคา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิศณุ แปงยาแก้ว (2550) ที่ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดเชียงราย ที่พบว่า ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความเหมาะสมของค่าแรงกับคุณภาพของงานโดยคำนึงถึงคุณภาพของงานในการซ่อมรถยนต์และราคาหรือค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมรถยนต์ของอู่ซ่อมรถยนต์

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ส่วนใหญ่อู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐานมีศูนย์ให้บริการทำเลที่ตั้งติดถนนสายหลักสามารถเดินทางสะดวกและมีรถประจำทางผ่าน มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการที่เข้าใช้บริการประมาณ 20 - 30 คัน และสามารถติดต่อพนักงานรับโทรศัพท์ (Call Center) เวลา 08.00 - 17.00 น. และบางรายผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต (Face Book) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง การตลาดบริการ Services Marketing ที่พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การให้บริการผ่านร้านที่เปิด การให้บริการโดยการติดต่อประสานงานในด้านเอกสาร ซึ่งผ่านแฟ็กซ์หรือโทรสาร และการให้บริการผ่านทางอินเตอร์เน็ต เพื่อทำให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวก

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ส่วนใหญ่มีการทำป้ายประชาสัมพันธ์ด้านหน้าอู่ซ่อมรถยนต์มาตรฐาน มีการลงสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือคู่มือของบริษัทประกันภัยบางรายมีการแจกแผ่นพับและผ่าน Face Book แต่ไม่พบการลด แลก แจก แถมของสมนาคุณ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง การตลาดบริการ Services Marketing ที่พบว่าด้านส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การจัดทำแผ่นพับให้กับผู้ใช้บริการ

5. ด้านบุคคล (People) พบว่า ส่วนใหญ่ช่างซ่อมรถยนต์มีความชำนาญและเชียวชาญในแต่ละด้าน และผ่านการฝึกอบรมจากกรรมการส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมทั้งมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะด้าน และมีการเข้าฝึกอบรมปีละ 1 - 2 ครั้ง โดยมีการพัฒนาความชำนาญของช่างจากการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับของ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มณฑล รัตนพรนภาพันธ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่พบว่าด้านบุคคลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความสามารถและความชำนาญในงาน และมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส และเอาใจใส่งานอย่างจริงจังในการทำงาน

6. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า เมื่อผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการทางอู่ซ่อมรถยนต์มีการตรวจ

สอบความเสียหายให้แก่ผู้ใช้บริการก่อนจัดซ่อม และในกรณีที่รถของผู้ใช้บริการมีประกันภัยทางอู่จะมีการแจ้งความเสียหายเบื้องต้นไปยังบริษัทประกันภัยของผู้ใช้บริการ ซึ่งการจัดซ่อมในแต่ละครั้งจะทำตามรายการที่แจ้งให้ซ่อม เพื่อความสะดวกรวดเร็ว แต่อาจมีบางกรณีที่มีลักษณะงานมีความยากต้องใช้ช่างเฉพาะเจาะที่มีผู้ใช้บริการเข้าใจ และทางร้านจะมีพนักงานรับรายการซ่อม โดยจะทำการจดรายการที่ผู้ใช้บริการต้องการซ่อมไว้หน้ารถ เพื่อป้องกันการตกหล่น ซึ่งในการจัดซ่อมทุกครั้งจะผ่านระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดระบบของผู้ใช้บริการ เพื่อความสะดวกในการจัดซ่อมและส่งมอบรถตรงตามเวลาที่ได้นัดหมายกับผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มณฑล รัตนพรนภาพันธ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การซ่อมบำรุงครบถ้วนตามรายการที่แจ้งให้ซ่อม และความรวดเร็ว เมื่อมาใช้บริการทางร้านได้นำระบบการจดคิวผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการก่อนหลังมาใช้ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ใช้บริการทุกท่านที่ มาใช้บริการ แต่อาจมีบางกรณีที่ลักษณะงานมีความยากต้องใช้ช่างเฉพาะเจาะจงตามความชำนาญของช่างแต่ละคนจึงต้องมีการอธิบายให้ทางผู้ใช้บริการเข้าใจ และทางร้านจะมีพนักงานรับรายการซ่อม โดยจะทำการจดรายการที่ผู้ใช้บริการต้องการซ่อมแล้วนำไปเหน็บไว้หน้ารถ เพื่อป้องกันการตกหล่นของร้ายการซ่อม โดยเน้นย้ำและเพียงพอกับปริมาณผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการในกรณีที่มาทีเดียวพร้อมกัน

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดซ่อมรถที่ทันสมัย มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อานนท์ วงค์กองแก้ว (2555) ที่ศึกษาเรื่อง การประเมินส่วนประสมการตลาดบริการอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อู่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ มีความสะอาดและสะดวกสบายของห้องน้ำ

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาในการให้บริการของอู่ซ่อมรถมาตรฐานในเขตพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product) พบว่า มีการปรับปรุงคุณภาพด้านสูตรสี โดยการให้บริษัทตัวแทนจำหน่ายสีพ่นรถยนต์ส่งผู้เชี่ยวชาญมาอบรมเกี่ยวกับการผสมสี และเทคนิคการพ่นสีรถยนต์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อานนท์ วงค์กองแก้ว (2555) ที่ศึกษาเรื่อง การประเมินส่วนประสมการตลาดบริการอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่

2. ด้านราคา (Price) พบว่า เพิ่มช่องทางการชำระเงินให้กับผู้ใช้บริการ โดยการชำระผ่านบัตรเครดิตซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิศณุ แปงยาแก้ว (2550) ที่ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดเชียงราย ที่พบว่า มีความเหมาะสมของค่าแรงกับคุณภาพของ

งาน โดยคำนึงถึงคุณภาพของงานในการซ่อมรถยนต์ และราคาหรือค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมรถยนต์ของอู่ซ่อมรถยนต์

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ขยายที่จอดรถ และมีการติดต่อประสานงานในด้านเอกสารโดยผ่านแฟ็กซ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง การตลาดบริการ Services Marketing ที่พบว่า มีการให้บริการโดยการติดต่อประสานงานในด้านเอกสารซึ่งผ่านแฟ็กซ์หรือโทรสาร และการให้บริการผ่านทางอินเตอร์เน็ต เพื่อทำให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวก

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า การจัดทำแผ่นพับให้ผู้ใช้บริการ และมีการรับประกันหลังงานซ่อม หรือเปลี่ยนอะไหล่แท้ 5 ปี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง การตลาดบริการ Services Marketing ที่พบว่า มี การจัดทำแผ่นพับให้กับผู้ใช้บริการ

5. ด้านบุคคล (People) พบว่า การพัฒนาความชำนาญของช่าง โดยการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มณฑล รัตนพรนภาพันธ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่พบว่า พนักงานมีความสามารถและความชำนาญในงาน

6. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดระบบของผู้ใช้บริการ ซึ่งการจัดซ่อมในแต่ละครั้งจะทำตามรายการที่แจ้งให้ซ่อม เพื่อความสะดวกในการจัดซ่อมและส่งมอบรถตรงตามเวลาที่ได้นัดหมายกับผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มณฑล รัตนพรนภาพันธ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่พบว่า การซ่อมบำรุงครบถ้วนตามรายการที่แจ้งให้ซ่อม และความรวดเร็ว

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า มีการแบ่งงานกันทำความสะอาดในแต่ละแผนกทุกวัน และการบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อานนท์ วงค์กองแก้ว (2555) ที่ศึกษาเรื่อง การประเมินส่วนประสมการตลาดบริการอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า อู่มีความสะอาดและสะดวกสบายในเรื่องของห้องน้ำ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยนี้ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ ดังนั้นผลจากการวิจัยนี้ พบว่า ผู้บริหารควรตระหนักถึงความสำคัญของมาตรฐานในการจัดซ่อม อาทิเช่น ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่เน้นคุณภาพของงานซ่อมให้เหมาะสมกับระยะเวลาในการจัดซ่อม และความยากง่ายของงานซ่อมให้สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถในการจัดซ่อม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการวิจัยในครั้งนี้เกิดประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้มากขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะ สำหรับการศึกษาต่อไปในอนาคตว่า ควรศึกษาถึง บริบทการบริหารงานในอู่ซ่อมรถยนต์ทุกประเภท (อู่ทั่วไป และศูนย์บริการ) รวมถึงการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการในอู่ซ่อมรถยนต์ดังกล่าวด้วย

บรรณานุกรม

กรมการขนส่งทางบก. (2556). *รายงานสถิติการจดทะเบียนรถใหม่ป้ายแดง*. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2556, จาก http://apps.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2556). *การตลาดบริการ Services Marketing*. กรุงเทพฯ: บริษัท ส . เอเชียเพรส (1989) จำกัด.

ณรงค์ โพธิพฤกษานันท์. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

นิตยา กัลยาศิริ และคณะ. (2555). *รายงานภาวะเศรษฐกิจจังหวัดสงขลา ปี 2555* . สงขลา: สำนักงานคลังจังหวัดสงขลา.

มณฑล รัตนพรนภาพันธ์. (2550). *การใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

รัตนะ บัวสนธ์. (2556). *วิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิศณุ แปงยาแก้ว. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ ในจังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

อานนท์ วงค์กองแก้ว . (2555) . *การประเมินส่วนประสมการตลาดบริการ ของอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อัศวิน แสงพิกุล . (2556) . *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม* . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

SCB Economic Intelligence Center (EIC). (2556). *การขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2556, จาก https://www.scbeic.com/THA/home