

Factors influencing customers' decision to use insurance-partnered auto repair garages in Phuket Province

Krithin Phithak and Sirinthra Sungthong

Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University

Corresponding author: E-mail address: s6524672102@pkru.ac.th

Received: 14-05-2026, Revised: 27-05-2026, Accepted: 01-06-2026

Abstract

This research, entitled “Factors Influencing Customers’ Decision to Use Insurance-Partnered Auto Repair Garages in Phuket Province”, aimed to examine the factors influencing customers’ decisions to use insurance-partnered auto repair garages in Phuket Province and to analyze the roles of service quality, trust, perceived risk, and price-value factors in such decisions.

This study employed a qualitative research approach. Data were collected through in-depth interviews with 5 key informants who had previously used insurance-partnered auto repair garage services in Phuket Province. The participants were selected using purposive sampling, and the data were analyzed through content analysis.

The findings revealed that four major factors influenced customers’ decisions: service quality, trust, perceived risk, and price and value. Among these factors, service quality was considered the most important. Customers expected repair garages to provide high-quality repair services, complete repairs within the promised timeframe, clearly communicate progress, and demonstrate attentive customer service. Regarding trust, the garage's reputation, technicians’ expertise, the use of high-quality spare parts, and repair warranties were found to be crucial factors in building customer confidence. In terms of perceived risk, customers expressed concerns about repair quality, service delays, and a lack of transparency in communication, all of which affected their decision-making process. Although price and value were not the primary determinants, customers evaluated them together with service quality, reliability, and after-service warranties.

The study suggests that insurance-partnered auto repair garages should focus on improving service quality, strengthening customer trust, reducing perceived risks, and enhancing value for money in order to increase customer satisfaction and encourage long-term service utilization.

Keywords: Customer Decision-Making, Insurance-Partnered Auto Repair Garages, Service Quality, Trust, Perceived Risk, Value for Money

การตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต

กฤติน พัทธ์ และ สิรินทรา สังข์ทอง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ผู้ประสานงาน: ติตต่ออีเมล: s6524672102@pkru.ac.th

วันที่รับบทความ: 14-05-2569, วันที่แก้ไขบทความ: 27-05-2569, วันที่ตอบรับบทความ: 01-06-2569

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับบริษัทประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับบริษัทประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต และเพื่อวิเคราะห์บทบาทของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยง และราคาและความคุ้มค่า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับบริษัทประกันภัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับบริษัทประกันภัยในจังหวัดภูเก็ต คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับบริษัทประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านราคาและความคุ้มค่า โดยด้านคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด ผู้ใช้บริการคาดหวังให้อยู่ซ่อมมีมาตรฐานการซ่อมที่ดี ส่งมอบงานตรงเวลา ให้ข้อมูลความคืบหน้าอย่างสม่ำเสมอ และมีการให้บริการที่เอาใจใส่ลูกค้า ด้านความไว้วางใจพบว่าชื่อเสียงของอยู่ซ่อม ความเชี่ยวชาญของช่าง การใช้ชิ้นส่วนมาตรฐาน และการรับประกันงานซ่อม เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ ขณะที่ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ผู้ใช้บริการมีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพงานซ่อม ความล่าช้าในการดำเนินงาน และความไม่โปร่งใสในการให้ข้อมูล ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ ด้านราคาและความคุ้มค่า แม้จะไม่ใช่อันดับแรกในการตัดสินใจ แต่ผู้ใช้บริการจะพิจารณาควบคู่กับคุณภาพงานซ่อม ความน่าเชื่อถือ และการรับประกันหลังการซ่อม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับบริษัทประกันภัยควรมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการบริการ สร้างความไว้วางใจ ลดความกังวลของลูกค้า และนำเสนอความคุ้มค่าในการให้บริการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและส่งเสริมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าในระยะยาว

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, อยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับบริษัทประกันภัย, คุณภาพการบริการ, ความไว้วางใจ, การรับรู้ความเสี่ยง, ความคุ้มค่า

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการขนถ่ายในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ตามการเติบโตทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของความเป็นเมือง โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงทั้งในด้านการท่องเที่ยว การค้า และการลงทุน ทำให้ปริมาณการใช้รถยนต์ในพื้นที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลสถิติการจดทะเบียนรถยนต์ กรมการขนส่งทางบก (2566) แสดงให้เห็นว่าประชาชนและผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ตมีความจำเป็นต้องใช้รถยนต์ในการเดินทาง การประกอบอาชีพ และการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

จังหวัดภูเก็ตมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะ มีสภาพอากาศชื้นและได้รับอิทธิพลจากไต้ฝุ่น ปังจ๊ายเหล่านี้ส่งผลต่อการเสื่อมสภาพของรถยนต์ รวมถึงสภาพถนนบางพื้นที่ที่มีความลาดชัน ทำให้รถยนต์จำเป็นต้องได้รับการบำรุงรักษาและซ่อมแซมอย่างสม่ำเสมอ ธุรกิจซ่อมรถยนต์และธุรกิจประกันภัยรถยนต์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางของประชาชน ระบบเศรษฐกิจในพื้นที่ และการให้บริการหลังการขาย โดยเฉพาะอยู่ซ่อมรถยนต์ที่เป็นคู่ค้ากับบริษัทประกันภัย ซึ่งเป็นทางเลือกหลักของผู้ใช้บริการเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือความเสียหายต่อรถยนต์ เนื่องจากช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการเรียกร้องสิทธิ์จากบริษัทประกันภัยและลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการ

ปัจจุบันธุรกิจอยู่ซ่อมรถยนต์มีการแข่งขันสูง ทั้งจากศูนย์บริการมาตรฐาน อยู่ซ่อมรถอิสระ รวมถึงอยู่ซ่อมรถที่เป็นคู่ค้ากับบริษัทประกันภัย ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากขึ้น การตัดสินใจเลือกใช้บริการจึงไม่ได้พิจารณาเพียงด้านราคาเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมคุณภาพการบริการ ความน่าเชื่อถือของช่าง ความโปร่งใสในการให้ข้อมูล ความรวดเร็วในการซ่อม และความสะอาดในการเข้าถึงบริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยส่วนใหญ่มักเน้นศึกษาเพียงคุณภาพการบริการความพึงพอใจของลูกค้า หรือพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการทั่วไป งานวิจัยเชิงคุณภาพที่เจาะลึกประสบการณ์จริงและมุมมองของลูกค้าต่อการเลือกใช้อู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับประกันภัยยังมีน้อย โดยเฉพาะในบริบทของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีลักษณะเศรษฐกิจ สภาพพื้นที่ และพฤติกรรมผู้ใช้บริการเฉพาะตัว

ช่องว่างที่พบในงานวิจัยที่ผ่านมาคือการขาดการอธิบายเกี่ยวกับบทบาทของความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยง ความโปร่งใสในการสื่อสาร และการประสานงานกับบริษัทประกันภัย ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะในยุคที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร วิวีวออนไลน์ และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการรายอื่นได้สะดวกมากขึ้น

การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัยในจังหวัดภูเก็ต ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์ ความรู้สึก และมุมมองของผู้ใช้บริการในบริบทจริง ผลการศึกษาที่ได้จะช่วยอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ การสร้างความไว้วางใจ และการยกระดับมาตรฐานการให้บริการของอยู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัยในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพงานซ่อม ความปลอดภัย และความรวดเร็วในการให้บริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านราคา ความคุ้มค่า การสื่อสาร ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า
4. เพื่อศึกษาบทบาทของความไว้วางใจและความโปร่งใสในการให้บริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต

คำถามการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดภูเก็ต

ทบทวนวรรณกรรม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการไม่ได้เกิดขึ้นแบบทันทีทันใด แต่จะผ่านกระบวนการคิดและประเมินหลายขั้นตอน ตั้งแต่การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การเปรียบเทียบทางเลือก ไปจนถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการและหลังจากนั้นยังมีการประเมินความพึงพอใจจากประสบการณ์ที่ได้รับอีกด้วย

Schiffman and Kanuk (2010) อธิบายว่า พฤติกรรมผู้ใช้บริการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา สังคม และประสบการณ์ส่วนบุคคล ส่งผลให้ผู้ใช้บริการแต่ละคนมีรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างกันขณะที่ Kotler and Keller (2016) อธิบายว่า การตัดสินใจใช้บริการเกิดจากกระบวนการประเมินข้อมูลและการเปรียบเทียบทางเลือก โดยเฉพาะบริการที่ผู้ใช้บริการไม่สามารถประเมินคุณภาพได้ก่อนใช้จริง เช่น ธุรกิจซ่อมรถยนต์ ผู้ใช้บริการจึงมักใช้ความไว้วางใจ ชื่อเสียง และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการรายอื่นเป็นปัจจัยประกอบการตัดสินใจ

สำหรับธุรกิจอยู่ซ่อมรถยนต์ คุณภาพการบริการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ โดยเฉพาะความสามารถของช่างในการวิเคราะห์และซ่อมรถ ความถูกต้องของงานซ่อม รวมถึงการให้ข้อมูลที่ชัดเจน เนื่องจากการซ่อมรถเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของผู้ใช้บริการโดยตรง นอกจากนี้ ความน่าเชื่อถือของอยู่ซ่อมรถยังมีความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เรื่องเครื่องยนต์มากนัก จึงต้องอาศัยความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ ทั้งในด้านความซื่อสัตย์ในการประเมินราคา ความโปร่งใสในการให้ข้อมูล และความรับผิดชอบหลังการให้บริการ

ตามแนวคิด SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988) อธิบายว่าคุณภาพการบริการประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อความต้องการ ความมั่นใจ และการเอาใจใส่ลูกค้า แนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความถูกต้องของงานซ่อม

ความรวดเร็วในการให้บริการ และการสื่อสารที่ชัดเจนของช่าง ซึ่งล้วนส่งผลต่อระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ

แนวคิดการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk Theory) ผู้ใช้บริการมักพยายามลดความไม่แน่นอนก่อนตัดสินใจใช้บริการ โดยอาศัยวิธีวอออนไลน์ การบอกต่อ ประสบการณ์ที่ผ่านมา หรือชื่อเสียงของผู้ให้บริการ เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ งานวิจัยหลายชิ้นพบว่า ความกังวลที่พบบ่อย ได้แก่ การคิดค่าใช้จ่ายเกินจริง การซ่อมเกินความจำเป็น การใช้อะไหล่ที่ไม่ได้มาตรฐาน และคุณภาพงานซ่อมหลังการเรียกร้องสิทธิ์จากบริษัทประกันภัย ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมักค้นหาข้อมูลจากหลายแหล่งก่อนตัดสินใจ

คุณภาพการบริการของธุรกิจประกันภัยผ่านกระบวนการประสานงานระหว่างบริษัทประกันภัยกับอู่ซ่อมรถ โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการอนุมัติ ความชัดเจนของขั้นตอน และความโปร่งใสในการแจ้งค่าใช้จ่าย หากกระบวนการดังกล่าวมีความซับซ้อนหรือเกิดความล่าช้า อาจส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้า แม้ว่าคุณภาพงานซ่อมจะอยู่ในระดับที่ดีก็ตาม

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมางานวิจัยด้านธุรกิจผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าการสื่อสารและความโปร่งใสของข้อมูลเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการในธุรกิจประกันภัย โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคมองหาข้อมูล รีวิวออนไลน์ และเปรียบเทียบข้อมูลได้อย่างสะดวก หากบริษัทประกันภัยหรืออู่ซ่อมรถสามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจน ตรวจสอบได้ และมีการอัปเดตสถานการณ์ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จะช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงและเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้าได้มากขึ้น ดังนั้น คุณภาพการบริการในธุรกิจประกันภัยจึงไม่ได้หมายถึงเพียงการให้บริการตามมาตรฐานเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการสร้างความมั่นใจ ความโปร่งใส และประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในทุกขั้นตอนของการให้บริการ

คุณภาพการบริการส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องอาศัยความเชื่อมั่น เช่น ธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ หากลูกค้าได้รับการบริการที่มีคุณภาพและสามารถแก้ปัญหาได้จริง จะช่วยสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ระยะยาว ในบริบทของอู่ซ่อมรถยนต์ ลูกค้าให้ความสำคัญกับความถูกต้องของงานซ่อม ความปลอดภัยหลังการซ่อม และความสามารถในการสื่อสารของช่าง เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ

นอกจากคุณภาพการบริการแล้ว ราคาและความคุ้มค่าก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ประเด็นดังกล่าวอธิบายได้จากแนวคิด Zeithaml (1988) อธิบายว่า ผู้ใช้บริการมักประเมินความคุ้มค่าจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับกับต้นทุนที่จ่ายไป เนื่องจากการซ่อมหรือบำรุงรักษารถยนต์ย่อมมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ผู้ใช้บริการจึงขังน้ำหนักระหว่างราคากับคุณภาพของงานซ่อม หากราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับก็จะเพิ่มโอกาสในการเลือกใช้บริการมากขึ้น

แม้งานวิจัยส่วนใหญ่จะพบว่า “ราคา” เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการ แต่ในบริบทของอู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัย ผู้ใช้บริการอาจให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ การประสานงานกับบริษัทประกันภัย และความโปร่งใสในการให้บริการมากกว่า ซึ่งยังเป็นประเด็นที่การศึกษาไม่มากนัก โดยเฉพาะในบริบทของจังหวัดภูเก็ต

แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจอธิบายว่า ความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญในธุรกิจบริการโดยเฉพาะบริการที่ผู้ให้บริการไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้ด้วยตนเอง เช่น การซ่อมรถยนต์ Morgan and Hunt (1994) อธิบายว่า ความไว้วางใจเกิดจากการรับรู้ถึงความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส และความรับผิดชอบของผู้ให้บริการ หากลูกค้ารู้สึกว่าคุณสมบัติมีความจริงใจ อธิบายข้อมูลอย่างชัดเจน และแสดงความรับผิดชอบเมื่อเกิดปัญหา จะช่วยเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อในระยะยาว

ในบริบทของประเทศไทย งานวิจัยของ นิตนา ฐานิตธนกร และธนภฤต เศรษฐศิริโชค (2555) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ขณะที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) อธิบายว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งต้องมีทางเลือกหลายๆทางเกิดขึ้นก่อนแล้วนำมาเปรียบเทียบกับจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป

ในด้านการใช้บริการ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) พบว่าคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการ ขณะที่ ธงชัย สันติวงษ์ (2558) ระบุว่าปัจจัยด้านราคาและความสะดวกในการเข้าถึงมีบทบาทสำคัญร่วมกันในการตัดสินใจ โดยเฉพาะในธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันสูง นอกจากนี้ งานวิจัยของ ชูชัย สมิตธิกร (2562) ยังชี้ให้เห็นว่าความไว้วางใจและภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

เมื่อเปรียบเทียบงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์มีความสอดคล้องกันในหลายด้าน โดยเฉพาะคุณภาพการบริการ ความน่าเชื่อถือ ราคา และความไว้วางใจ ผลการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งศึกษาในภาพรวมของธุรกิจบริการหรือศึกษาพื้นที่ในเขตเมืองใหญ่

เช่น กรุงเทพมหานคร ขณะที่การศึกษาที่มุ่งบริบทของอุตสาหกรรมคู่ค้ากับบริษัทประกันภัยในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพยังมีค่อนข้างจำกัด อีกทั้งยังขาดการอธิบายเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยง และบทบาทของการสื่อสารต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะในมุมมองของลูกค้าที่ใช้บริการจริง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถคู่ค้ากับบริษัทประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางการวิจัยและบ่งชี้ว่าบริบทของผู้ใช้บริการในพื้นที่ได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับบริษัทประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งเน้นการทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์มุมมอง และกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในบริบทจริง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ 1.เป็นผู้ที่เคยใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัย 2.เป็นผู้ใช้รถยนต์เป็นประจำ และ 3.มีความสมัครใจในการให้ข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน ซึ่งประกอบด้วยผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน เช่น พนักงานบริษัทเอกชน วิศวกร พนักงานโรงงาน และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและแสดงให้เห็นว่ามุมมองของผู้ใช้บริการในหลายบริบท

แม้ว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างจะมีเพียง 5 คน แต่ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลที่ได้รับเริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัวของข้อมูล โดยเฉพาะในประเด็นสำคัญ เช่น ความน่าเชื่อถือ คุณภาพงานซ่อม ความไว้วางใจ ความโปร่งใส และการสื่อสาร ซึ่งพบว่าผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นและประสบการณ์ในลักษณะใกล้เคียงกันอย่างต่อเนื่อง และไม่พบประเด็นใหม่ที่มีนัยสำคัญเพิ่มเติม จึงถือว่าข้อมูลมีความเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ซึ่งพัฒนาขึ้นจากแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 9 ด้าน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการ

ศึกษาลักษณะพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล เช่น อายุ อาชีพ รูปแบบการใช้รถยนต์ และประสบการณ์ในการใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์

2. ความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์

ศึกษาการรับรู้ด้านความไว้วางใจ ความโปร่งใส ความซื่อสัตย์ และพฤติกรรมของอยู่ซ่อมรถที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ

3. คุณภาพงานซ่อมและความปลอดภัย

ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพงานซ่อม มาตรฐานการให้บริการ ความปลอดภัยหลังการซ่อมรวมถึงความเชื่อมั่นในฝีมือช่างและอะไหล่ที่ใช้

4. ความรวดเร็วในการซ่อม

ศึกษามุมมองเกี่ยวกับระยะเวลาในการซ่อม ความตรงต่อเวลา การอัปเดตความคืบหน้า และผลกระทบจากความล่าช้าต่อชีวิตประจำวัน

5. ราคาและความคุ้มค่า

ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับความเหมาะสมของราคา ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพงานซ่อม และปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจในการจ่ายค่าบริการ

6. การสื่อสาร

ศึกษารูปแบบและคุณภาพของการสื่อสารระหว่างผู้ชมมรดกกับลูกค้า เช่น การอธิบายรายละเอียด การแจ้งค่าใช้จ่าย และการให้ข้อมูลระหว่างกระบวนการซ่อม

7. รีวิว การบอกต่อ และประสบการณ์เดิม

ศึกษาบทบาทของรีวิวออนไลน์ คำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด ประสบการณ์ที่ผ่านมา และชื่อเสียงของผู้ชมมรดกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

8. ท่าเลที่ตั้งและความสะดวก

ศึกษาปัจจัยด้านระยะทาง ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก และผลต่อการเลือกใช้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

9. การประสานงานด้านประกันภัย

ศึกษามุมมองเกี่ยวกับผู้คุมค่าประกันภัย กระบวนการเรียกร้องสิทธิ์จากบริษัทประกันภัย การประสานงานระหว่างผู้คุมค่ากับบริษัทประกัน และผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ใช้เวลาประมาณ 25 นาทีต่อคน และมีการบันทึกเสียงโดยได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล เพื่อนำไปถอดความและวิเคราะห์อย่างละเอียด

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพร้อมกับแนวทางการวิเคราะห์เชิงประเด็น โดยผู้วิจัยดำเนินการจัดหมวดหมู่ข้อมูลจากการถอดคำสัมภาษณ์ ทำการกำหนดรหัสข้อมูล และสังเคราะห์เป็นประเด็นหลัก เพื่ออธิบายปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ชมมรดกยุคค้ากับประกันภัย

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้คำนึงถึงจริยธรรมการวิจัย โดยขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลก่อนการเก็บข้อมูล รักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคล และใช้ข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการเท่านั้น

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแบบสร้างประเด็นหลัก เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมุ่งเน้นการค้นหารูปแบบความหมายและประสบการณ์ร่วมของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ชมมรดกยุคค้ากับประกันภัยในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. การทำความเข้าใจกับข้อมูล

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการถอดเทปการสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ และอ่านข้อมูลซ้ำหลายรอบ เพื่อทำความเข้าใจบริบทความหมายและประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลอย่างละเอียด พร้อมทั้งจัดบันทึกประเด็นสำคัญที่ปรากฏในข้อมูลเบื้องต้น

2. การกำหนดรหัสข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อความสำคัญจากบทสัมภาษณ์ และกำหนดรหัสข้อมูลเบื้องต้นจากถ้อยคำที่อธิบายได้ว่าความรู้สึก มุมมอง หรือประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเปิดกว้างต่อข้อมูลและลดอคติจากกรอบแนวคิดเดิม เพื่อให้รหัสบ่งชี้ มุมมองของผู้ให้ข้อมูลอย่างแท้จริง

ตารางที่ 1.1 ตารางสรุปโครงสร้างการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลดิบ	รหัสข้อมูลเบื้องต้น
กลัวโดนคิดราคาเพิ่ม	ความกังวลด้านราคา
ช่างพูดตรงไปตรงมา	การสื่อสารอย่างซื่อสัตย์
ซ่อมแล้วไม่ยอมกลับมาแก้อีก	ความน่าเชื่อถือของงานซ่อม
มีการอัปเดตตลอดจะสบายใจ	การสื่อสารอย่างต่อเนื่อง
ยอมจ่ายแพงขึ้นถ้างานดี	คุณค่ามากกว่าราคา

3.การจัดกลุ่มรหัสข้อมูล

หลังจากได้รหัสข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยนำรหัสข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันมาจัดกลุ่มเป็นหมวดหมู่ เพื่อหาความเชื่อมโยงของ ข้อมูล ขั้นตอนนี้ช่วยให้ผู้วิจัยมองเห็นรูปแบบร่วมของข้อมูลและลดความซ้ำซ้อนของรหัสที่มีความหมายใกล้เคียงกัน เช่น

ตารางที่ 1.2 การจัดกลุ่มรหัสข้อมูล

รหัสข้อมูลเบื้องต้น	หมวดหมู่ข้อมูล
ความกังวลด้านราคา	ความกังวลทางการเงิน
การสื่อสารอย่างซื่อสัตย์	ความโปร่งใสในการบริการ
การสื่อสารอย่างต่อเนื่อง	การสร้างเชื่อมั่นให้ลูกค้า
ความน่าเชื่อถืองานซ่อม	ความน่าเชื่อถือของบริการ
คุณค่ามากกว่าราคา	การรับรู้ความคุ้มค่า

4.การสร้างและพัฒนาประเด็นหลัก

ผู้วิจัยนำหมวดหมู่ข้อมูลมาสังเคราะห์และพัฒนาเป็นประเด็นหลัก โดยทบทวนและปรับแก้ประเด็นหลักหลายรอบ เพื่อให้สามารถอธิบายข้อมูลได้อย่างครอบคลุมและชัดเจน

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปเป็นประเด็นหลักได้ ดังนี้

- 1.ความน่าเชื่อถือและความโปร่งใส
- 2.คุณภาพงานซ่อมและความปลอดภัย
- 3.ความรวดเร็วในการซ่อมและการสื่อสารระหว่างซ่อม

4. ราคาและความคุ้มค่า

ผู้วิจัยทำการตีความข้อมูลโดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดการรับรู้ความเสี่ยง แนวคิดคุณภาพการบริการ และแนวคิดความไว้วางใจ เพื่ออธิบายความหมายเชิงลึกของข้อมูล

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลระหว่างผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย เพื่อพิจารณาความเหมือนและความแตกต่างของประสบการณ์ รวมถึงทบทวนความสมเหตุสมผลของประเด็นหลักที่ได้จากการวิเคราะห์

ตารางที่ 1.3 โครงสร้างการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลดิบ	รหัสข้อมูล	หมวดหมู่	ประเด็น
กลัวโดนคิดราคาเพิ่ม	ความกังวลด้านราคา	ความกังวลทางการเงิน	การรับรู้ความเสี่ยง
ช่างพูดตรงไปตรงมา	การสื่อสารอย่างซื่อสัตย์	ความโปร่งใสในการบริการ	ความไว้วางใจ
มีการอัปเดตตลอดจนสบายใจ	การสื่อสารอย่างต่อเนื่อง	การสร้างความมั่นใจ	การสร้างความไว้วางใจ
ซ่อมแล้วไม่ยากกลับมาแก้ อีก	ความน่าเชื่อถือของงานซ่อม	ความน่าเชื่อถือของบริการ	คุณภาพบริการ
ยอมจ่ายแพงขึ้นถ้างาน ละเอียด	คุณภาพสำคัญกว่าความเร็ว	ความคาดหวังของลูกค้า	คุณภาพบริการ
ราคาถูกไปยิ่งไม่มั่นใจ	ความกังวลต่อราคาต่ำ ผิดปกติ	การรับรู้คุณภาพ	ความคุ้มค่าและความเสี่ยง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัยในจังหวัดภูเก็ต ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสามารถจัดได้เป็น 4 ประเด็นหลักได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและความโปร่งใส ด้านคุณภาพงานซ่อมและความปลอดภัย ด้านความรวดเร็วในการซ่อม และด้านราคาและความคุ้มค่า โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือและความโปร่งใส

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส และการสื่อสารที่ชัดเจนของอยู่ซ่อมรถเป็นอันดับต้น ๆ ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยมักศึกษาข้อมูลจากรีวิวออนไลน์ คำแนะนำจากคนรู้จัก และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการรายอื่น เพื่อลดความเสี่ยง ผู้ให้ข้อมูลหลายคนอธิบายได้ว่า การสื่อสารที่ชัดเจนของช่าง การอธิบายสาเหตุของปัญหา การแจ้งค่าใช้จ่ายล่วงหน้า และการแสดงอะไหล่เดิมหลังการเปลี่ยน ช่วยสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจต่อการใช้บริการมากขึ้น

“ก่อนซ่อมจะขอใบเสนอราคา รายละเอียดค่าแรง และระยะเวลาซ่อมให้ชัดเจนเสมอ เพื่อเปรียบเทียบกับก่อนตัดสินใจ”
(คุณธิตา)

“ถ้าช่างอธิบายตรงไปตรงมา และให้ดูอะไหล่เก่า จะรู้สึกว่าจะน่าเชื่อถือมากขึ้น” (คุณภคจิรา)

“ถ้ามีการโทรแจ้งหรืออัปเดตตลอด จะรู้สึกสบายใจกว่า” (คุณภักจิรา)

จากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของงานซ่อมมากกว่าความรวดเร็วเพียงอย่างเดียว โดยยินดีรอหากมั่นใจว่างานซ่อมมีมาตรฐานและปลอดภัย

“ยอมรอนานได้ ถ้างานละเอียดและปลอดภัยจริง” (คุณนันทน์ภัส)

การสื่อสารระหว่างกระบวนการซ่อมจึงมีสำคัญในการลดความกังวลและรักษาความพึงพอใจของลูกค้า มากกว่าการมุ่งเร่งความเร็วในการซ่อมเพียงอย่างเดียว

4.ด้านราคาและความคุ้มค่า

ราคาไม่ใช่ปัจจัยหลักเพียงอย่างเดียว ผู้ใช้บริการจะพิจารณาควบคู่กับคุณภาพงานซ่อม ความน่าเชื่อถือ และการรับประกันหลังการซ่อม

ความคุ้มค่าในมุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์ หมายถึง การจ่ายเงินแล้วสามารถแก้ปัญหาได้จริง ไม่ต้องกลับมาเสียค่าใช้จ่ายซ้ำในอนาคต

“ราคาที่คุ้มค่าคือจ่ายแล้วซ่อมจบ ไม่ต้องกลับมาเสียเงินซ้ำ” (คุณภักจิรา)

ผู้ให้ข้อมูลบางรายยังมองว่า ราคาที่ถูกเกินไปอาจบ่งบอกถึงคุณภาพงานที่ไม่ได้มาตรฐาน

“ถ้าราคาถูกเกินไป จะเริ่มกังวลเรื่องคุณภาพงาน” (คุณธิรดา)

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ยินดีจ่ายค่าบริการในราคาที่สูงขึ้น หากมั่นใจว่างานซ่อมมีคุณภาพ มีความปลอดภัย และมีการรับประกันที่ชัดเจน

“ยอมจ่ายแพงขึ้น ถ้ามั่นใจว่างานดีและปลอดภัย” (คุณภูริ)

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสบายใจและความมั่นใจหลังการซ่อมมากกว่าการเลือกจากราคาถูกเพียงอย่างเดียว

ข้อค้นพบเชิงลึกจากการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์เชิงลึกพบว่า ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญกับราคาหรือความเร็วในการซ่อมเพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับความโปร่งใสในการสื่อสารและความมั่นใจหลังการซ่อมมากกว่า โดยเฉพาะการอธิบายรายละเอียดของงานซ่อม การแจ้งค่าใช้จ่ายล่วงหน้า และการอัปเดตความคืบหน้าระหว่างซ่อม ซึ่งช่วยลดความกังวลและสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ยอมรับได้หากงานซ่อมใช้เวลานานขึ้น ตราบใดที่ช่างซ่อมมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและแสดงความรับผิดชอบต่อการให้บริการ จากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่าการจัดการความคาดหวังของลูกค้ามีความสำคัญมากกว่าความรวดเร็วเพียงอย่างเดียว ในบริบทของจังหวัดภูเก็ต ประชาชนส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้รถยนต์ในการเดินทาง การทำงาน และการดำเนินชีวิตประจำวัน ความเสี่ยงจากการซ่อมที่ไม่ได้มาตรฐานย่อมส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการอย่างมาก ทำให้ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความไว้วางใจ และคุณภาพของงานซ่อม มากกว่าการเลือกใช้บริการจากอู่ซ่อมรถที่มีราคาต่ำที่สุด

ความไว้วางใจของลูกค้าไม่ได้เกิดขึ้นจากเพียงคุณภาพงานซ่อมเท่านั้น แต่ยังเกิดจากประสบการณ์โดยรวมในการใช้บริการ ทั้งด้านการสื่อสาร ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการประสานงานระหว่างผู้ซ่อมรถกับบริษัทประกันภัย ซึ่งล้วนมีส่วนสำคัญต่อความพึงพอใจและแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

1.ด้านความน่าเชื่อถือและความโปร่งใส

ข้อมูลดิบ	รหัสข้อมูล	ประเด็นหลัก
กลัวโดนคิดเพิ่ม	ความกังวลด้านค่าใช้จ่าย	การรับรู้ความเสี่ยง
ช่างพูดตรงไปตรงมา	การสื่อสารอย่างซื่อสัตย์	การสร้างความไว้วางใจ
ขอใบเสนอราคาก่อนซ่อม	ความโปร่งใสด้านราคา	ความโปร่งใสในการบริการ
ตอบไม่ชัดทำให้ไม่มั่นใจ	การอธิบายไม่ชัดเจน	ความไม่มั่นใจในการสื่อสาร
ให้ดูอะไหล่เก่า	การแสดงหลักฐานการซ่อม	การสร้างความเชื่อมั่น

2.ด้านคุณภาพงานซ่อมและความปลอดภัย

ข้อมูลดิบ	รหัสข้อมูล	ประเด็นหลัก
ซ่อมแล้วจบ	ความน่าเชื่อถือของงานซ่อม	คุณภาพการบริการ
ขับแล้วอุ่นใจ	ความมั่นใจหลังการซ่อม	การรับรู้ความปลอดภัย
เสียซ้ำทำให้หมดความเชื่อมั่น	ปัญหาซ่อมซ้ำ	การสูญเสียความไว้วางใจ
ฝีมือช่างสำคัญมาก	ความเชี่ยวชาญของช่าง	ความเชื่อมั่นด้านวิชาชีพ
ยอมรับผิดชอบและแก้ไข	การแก้ไขปัญหาหลังบริการ	การฟื้นฟูความไว้วางใจ

3.ด้านความรวดเร็วในการซ่อม

ข้อมูลดิบ	รหัสข้อมูล	ประเด็นหลัก
ซ่อมช้ากว่าที่แจ้ง	ความล่าช้าในการซ่อม	ประสิทธิภาพการบริการ
เสียค่าเดินทางเพิ่ม	ภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม	ผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ
โทรอัปเดตตลอด	การสื่อสารอย่างต่อเนื่อง	การจัดการความคาดหวัง
ยอมรอถ้างานดี	ให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าความเร็ว	การให้ความสำคัญกับคุณภาพ

4.ด้านราคาและความคุ้มค่า

ข้อมูลดิบ	รหัสข้อมูล	ประเด็นหลัก
จ่ายแล้วต้องซ่อมจบ	ความคาดหวังด้านความคุ้มค่า	การรับรู้ความคุ้มค่า
ราคาถูกเกินไปน่ากังวล	ความกังวลต่อราคาที่สูงกว่าปกติ	การรับรู้ความเสี่ยง
ยอมจ่ายแพงถ้างานดี	ความเต็มใจจ่ายเพื่อคุณภาพ	การรับรู้คุณค่าของบริการ
ไม่อยากเสียเงินซ้ำ	การคำนึงถึงความคุ้มค่าระยะยาว	ความคุ้มค่าในระยะยาว

การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพบว่าการตัดสินใจเลือกใช้อู่ซ่อมรถคู่ค้าประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ตไม่ได้พิจารณาจากการประเมินราคาเพียงอย่างเดียวแต่ยังคำนึงถึงความน่าเชื่อถือของอู่ คุณภาพงานซ่อม ความปลอดภัยหลังการซ่อม และการสื่อสารที่ชัดเจนตลอดกระบวนการให้บริการ รถยนต์เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพของผู้ใช้บริการ ดังนั้น เมื่อรถยนต์เกิดความเสียหายหรือจำเป็นต้องเข้ารับการซ่อม ผู้ใช้บริการจึงให้ความสำคัญกับความมั่นใจในคุณภาพงานซ่อมและความโปร่งใสในการให้บริการควบคู่กับความคุ้มค่าด้านราคา ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือและความโปร่งใส

ผลการวิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดประการหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้อู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต โดยผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่าย การอธิบายขั้นตอนการซ่อม การเปิดเผยข้อมูลอะไหล่ที่เปลี่ยน และการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาตลอดกระบวนการซ่อม จากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่าเห็นว่าลูกค้าต้องการลดความไม่แน่นอนและความเสี่ยงจากการรับบริการที่ไม่สามารถประเมินคุณภาพได้ก่อนการใช้งานจริง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับกับแนวคิดการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk Theory) และแนวคิดความไว้วางใจในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า

ข้อค้นพบของการศึกษาครั้งนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยด้านธุรกิจบริการและงานวิจัยเกี่ยวกับอู่ซ่อมรถยนต์ในหลายพื้นที่ ซึ่งมักพบว่าชื่อเสียงขององค์กร การรับรู้ตราสินค้า หรือราคาค่าบริการ เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้า โดยผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับ ความโปร่งใสระหว่างกระบวนการบริการ มากกว่าภาพลักษณ์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว

เมื่อพิจารณาในบริบทจังหวัดภูเก็ตซึ่งมีลักษณะทางเศรษฐกิจที่พึ่งพาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการเป็นหลัก ประชาชนจำนวนมากต้องใช้อู่ซ่อมรถเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบอาชีพ และการเดินทางในชีวิตประจำวัน ความเสียหายจากการซ่อมที่ไม่ได้มาตรฐานจึงส่งผลกระทบโดยตรงต่อรายได้และการดำรงชีวิต ทำให้ลูกค้าให้ความสำคัญกับความมั่นใจในการซ่อมมากกว่าปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว

งานวิจัยยังพบประเด็นที่แตกต่างจากงานศึกษาก่อนหน้าหลายงานคือ ลูกค้าไม่ได้สร้างความไว้วางใจจากชื่อเสียงของอู่เพียงอย่างเดียวแต่สร้างความไว้วางใจจากกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ โดยเฉพาะการอัปเดตข้อมูล การอธิบายปัญหา และการเปิดโอกาสให้ลูกค้าตรวจสอบข้อมูลได้ตลอดกระบวนการซ่อม ซึ่งสะท้อนว่าความไว้วางใจในบริบทของอู่คู่ค้า

ประกันภัยเป็นผลลัพธ์จากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า มากกว่าการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรเพียงอย่างเดียว ข้อค้นพบนี้จึงมีส่วนช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับความไว้วางใจในธุรกิจบริการ โดยชี้ให้เห็นว่าในบริการที่มีความเสี่ยงสูง เช่น การซ่อมรถยนต์ ความโปร่งใสในการสื่อสารอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากกว่าปัจจัยด้านชื่อเสียงหรือราคา ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่แตกต่างจากบริบทการบริการทั่วไป

2. ด้านคุณภาพงานซ่อมและความปลอดภัย

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพงานซ่อมและความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้อู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัย โดยผู้ให้ข้อมูลมองว่าการซ่อมที่ดีต้องสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ไม่เกิดปัญหาซ้ำ และทำให้รถกลับมาใช้งานได้อย่างปลอดภัย เป็นไปในทิศทางเดียวกับกับแนวคิดคุณภาพการบริการที่ระบุว่าความน่าเชื่อถือของผลลัพธ์เป็นองค์ประกอบสำคัญของความพึงพอใจและความไว้วางใจ

ผลการศึกษาครั้งนี้จากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่ามิติที่ลึกกว่างานวิจัยด้านคุณภาพบริการทั่วไป เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลไม่ได้ประเมินคุณภาพจากผลลัพธ์ของงานซ่อมเพียงอย่างเดียว แต่ยังประเมินจากความเสี่ยงของอุบัติเหตุหลังการให้บริการ เช่น การรับประกันงานซ่อม การติดตามผล และการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด

ข้อค้นพบดังกล่าวแตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้หลายงานที่มักมองคุณภาพบริการในมิติของประสิทธิภาพการให้บริการหรือความเชี่ยวชาญทางเทคนิคเป็นหลัก แต่จากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่า ความรับผิดชอบหลังการซ่อมกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของการรับรู้คุณภาพในบริบทของคู่ค้าประกันภัย

เมื่อพิจารณาในบริบทจังหวัดภูเก็ต จะพบว่าการเดินทางด้วยรถยนต์มีความจำเป็นสูงกว่าหลายจังหวัด เนื่องจากระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุมเท่าพื้นที่เมืองขนาดใหญ่ ประกอบกับลักษณะเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การขนส่ง และธุรกิจบริการ ส่งผลให้ความเสียหายจากการซ่อมที่ผิดพลาดอาจก่อให้เกิดต้นทุนทางเศรษฐกิจสูงกว่าปกติ ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของผลลัพธ์ในระยะยาวมากกว่าความรวดเร็วหรือราคาค่าบริการ

ข้อค้นพบนี้ช่วยขยายองค์ความรู้เดิมโดยชี้ให้เห็นว่า ในบริการที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน การรับรู้คุณภาพไม่ได้สิ้นสุดที่ผลลัพธ์ของบริการ แต่รวมถึงความรับผิดชอบของผู้ให้บริการหลังการส่งมอบงานด้วย

3. ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ

ผลการวิจัยพบว่า แม้ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการซ่อมรถยนต์ แต่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากกว่ากลับเป็นการสื่อสารระหว่างกระบวนการซ่อมและการอัปเดตความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าลูกค้าไม่ได้คาดหวังเพียงการซ่อมให้เสร็จเร็วที่สุด แต่ต้องการรับรู้ข้อมูลและสามารถคาดการณ์สถานการณ์ได้ตลอดระยะเวลาการซ่อม

ข้อค้นพบนี้แตกต่างจากงานวิจัยด้านธุรกิจบริการจำนวนมากที่มักรายงานว่าความรวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆของความพึงพอใจ โดยเฉพาะในธุรกิจค้าปลีก ร้านอาหาร หรือบริการทั่วไป แต่ในบริบทของการซ่อมรถยนต์ซึ่งเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและความเสี่ยงสูง ผู้บริโภคกลับยอมร้ระยะเวลาที่ยาวนานขึ้นได้ หากได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ประเด็นที่น่าสนใจคือ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าเวลาไม่ได้เป็นปัจจัยที่ลูกค้าประเมินโดยตรง แต่ถูกตีความผ่านคุณภาพของการสื่อสาร กล่าวคือ ระยะเวลาที่เท่ากันอาจสร้างความพึงพอใจต่างกัน ขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ข้อมูลของลูกค้าในช่วงเวลานั้น

ในบริบทของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งประชาชนจำนวนมากใช้รถยนต์ในการประกอบอาชีพและการเดินทาง การไม่ทราบกำหนดเวลารับรถที่ชัดเจนอาจสร้างความไม่แน่นอนและส่งผลกระทบต่อตารางชีวิตประจำวันมากกว่าระยะเวลาการซ่อมที่ยาวนานเพียงอย่างเดียว ดังนั้น ลูกค้าจึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่ช่วยลดความไม่แน่นอนมากกว่าความรวดเร็วของงานซ่อม

ข้อค้นพบนี้ช่วยเติมเต็มองค์ความรู้เดิม โดยความรวดเร็วอาจไม่ใช่ปัจจัยสากลที่สำคัญที่สุดในทุกประเภทของบริการ แต่
ความสำคัญของความรวดเร็วขึ้นอยู่กับระดับความเสี่ยงและความจำเป็นในการรับรู้ข้อมูลของผู้บริโภคในแต่ละบริบท

4. ด้านราคาและความคุ้มค่า

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคไม่ได้ใช้ราคาเป็นเกณฑ์หลักในการตัดสินใจเลือกใช้อู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัย แต่
พิจารณาจากความคุ้มค่าโดยรวม ซึ่งประกอบด้วยคุณภาพงานซ่อม ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และโอกาสที่จะได้รับการ
ซ่อมจนเสร็จสมบูรณ์ในครั้งเดียว

ผลการศึกษาชี้แตกต่างจากงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคหลายงานที่พบว่าราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการ โดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันสูง อย่างไรก็ตาม ในบริบทของอู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัย ผู้บริโภค
กลับมองว่าราคาที่ต่ำเกินไปอาจเป็นสัญญาณของคุณภาพที่ไม่แน่นอน และอาจเพิ่มความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในอนาคต

ข้อค้นพบดังกล่าวจากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่าราคาในบริบทนี้ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ แต่ยังทำ
หน้าที่เป็น สัญญาณของคุณภาพที่ผู้บริโภคใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ซึ่งแตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปที่
ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบคุณภาพได้ก่อนการซื้อ

ในบริบทของจังหวัดภูเก็ต ความเสียหายจากการซ่อมที่ไม่ได้มาตรฐานอาจก่อให้เกิดต้นทุนแฝงที่สูงกว่าในหลายพื้นที่ เช่น
การสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ การขาดรายได้จากการประกอบอาชีพ หรือผลกระทบต่อการเดินทางของครอบครัว ผู้บริโภคจึงให้
ความสำคัญกับความคุ้มค่าในระยะยาวมากกว่าการประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะสั้น

งานวิจัยนี้จึงเสนอข้อค้นพบใหม่ว่า ในบริการที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและความเสี่ยงสูง ผู้บริโภคไม่ได้ตัดสินใจจาก
ราคาต่ำที่สุด แต่ตัดสินใจจากความสามารถของผู้ให้บริการในการลดความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจในผลลัพธ์ระยะยาว ซึ่งเป็น
มุมมองที่แตกต่างจากกรอบการอธิบายด้านราคาที่พบในงานวิจัยทั่วไป

ในภาพรวม งานวิจัยนี้เสนอข้อค้นพบเชิงบริบทว่า ผู้บริโภคที่เลือกใช้อู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัยในจังหวัด
ภูเก็ตไม่ได้ตัดสินใจจากปัจจัยเชิงธุรกรรม เช่น ราคา ความรวดเร็ว หรือชื่อเสียงของอู่เป็นหลัก แต่ตัดสินใจจากความสามารถของอู่
ในการลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลต่อการใช้รถยนต์ในชีวิตประจำวัน โดยความโปร่งใสในการสื่อสาร ความ
รับผิดชอบหลังการซ่อม และการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยมีบทบาทสำคัญกว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจทั่วไป ข้อค้นพบ
ดังกล่าวบ่งบอกว่าภายใต้บริบทของจังหวัดที่มีการพึ่งพารถยนต์สูงและมีเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยภาคบริการ การตัดสินใจเลือกผู้ให้
บริการซ่อมรถยนต์เป็นกระบวนการจัดการความเสี่ยงมากกว่าการเปรียบเทียบต้นทุนเพียงอย่างเดียว

สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้บริการอู่ซ่อมรถคู่ค้าประกันภัยในจังหวัดภูเก็ต
พบว่าปัจจัยใหม่ๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. ความเชื่อมั่นในการบริการสำคัญกว่าความรวดเร็ว

ในงานบริการทั่วไป ความรวดเร็ว มักเป็นตัวแปรแรกๆที่ตัดสินใจตัดสินใจให้กับลูกค้าแต่ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยนี้พบจุดเปลี่ยนที่น่าสนใจ คือ ลูกค้ายินยอมให้งานล่าช้าได้ ตราบใดที่มีการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและตรงไปตรงมา ทำให้เห็นว่าความเร็วไม่ใช่คำตอบสุดท้าย แต่การรับรู้สถานะและความคืบหน้าของงานซ่อมต่างหากที่ช่วยลดความกังวลของลูกค้า

2. ความรับผิดชอบหลังส่งมอบคือสิ่งสำคัญ

หลังจากการสร้างเชื่อมั่นในการซ่อมเสร็จแล้ว สิ่งที่คุณลูกค้าอยากได้เพิ่มเติมคือเมื่อกระบวนการซ่อมเสร็จสิ้นและส่งมอบกุญแจรถคืน คือหากเกิดปัญหาขึ้นภายหลังจะยังมีการรับประกัน และการไม่ปฏิเสธความรับผิดชอบ สามารถเป็นที่ปรึกษาและหาทางแก้ไขให้รถยนต์กลับมาใช้งานได้ปกติดังเดิม ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความรับผิดชอบในการบริการอยู่เสมอ เพราะการตัดสินใจของลูกค้าครอบคลุมไปถึงความมั่นใจและความปลอดภัยหลังการซ่อมไม่ใช่แค่สิ้นสุดที่หน้าอู่

3. ราคาของการซ่อมเทียบไม่ได้กับต้นทุนจากผลกระทบหลังการซ่อม

จากการศึกษาพบข้อมูลมีการระบุถึงเงื่อนไขเฉพาะของพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ที่ประชาชนต้องใช้รถยนต์ในการเดินทางและประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ ดังนั้นรถเสียในจังหวัดภูเก็ตไม่ได้หมายถึงแค่ความไม่สะดวกสบาย แต่หมายถึง การสูญเสียรายได้ ทำให้ลูกค้าไม่เสี่ยงเลือกอยู่ที่ราคาถูกแต่ซ่อมไม่จบ เพราะผลกระทบด้านปากท้องสูงกว่าค่าซ่อม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถคู่ค้ากับประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต ทำให้เห็นว่าความคุ้มค่าไม่ได้หมายถึงราคาถูก แต่หมายถึงการซ่อมแล้วจบ ใช้งานได้อย่างปลอดภัย ไม่ต้องกลับมาแก้ไขซ้ำ และไม่กระทบต่อการเดินทางหรือการประกอบอาชีพของผู้ใช้บริการ ลักษณะดังกล่าวแตกต่างจากงานวิจัยในเขตเมืองใหญ่บางแห่งที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ความสะดวก หรือชื่อเสียงของอู่เป็นหลัก เนื่องจากในภูเก็ต ความเสียหายของรถยนต์อาจส่งผลต่อรายได้ เวลา และความมั่นใจในการใช้ชีวิตประจำวันโดยตรง

ประโยชน์ทางทฤษฎี

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้พัฒนาองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎี ดังนี้

1. ด้านการสร้างควมไว้วางใจ ผลการวิจัยยืนยันว่า ความโปร่งใสในการให้ข้อมูล การสื่อสารที่ชัดเจน และความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความไว้วางใจของลูกค้าในธุรกิจบริการซ่อมรถยนต์
2. ด้านการลดความเสี่ยงที่ผู้ใช้บริการรับรู้ ผู้ใช้บริการมักใช้ข้อมูลจากรีวิวออนไลน์ และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการรายอื่น เพื่อลดความไม่แน่นอนก่อนตัดสินใจใช้บริการ
3. ด้านความโปร่งใสในการบริการ การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย ขั้นตอนการซ่อม และการอัปเดตความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง ช่วยเพิ่มความมั่นใจ ลดความขัดแย้ง และส่งเสริมความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ

ประโยชน์เชิงปฏิบัติ

1. สำหรับอู่ซ่อมรถยนต์

-ควรเพิ่มความโปร่งใสในการให้บริการ เช่น การจัดทำใบเสนอราคา การอธิบายรายละเอียด

ค่าใช้จ่าย และการอธิบายขั้นตอนการซ่อมอย่างชัดเจน

- พัฒนาระบบการสื่อสารกับลูกค้า เช่น การแจ้งสถานการณ์ซ่อมและอัปเดตความคืบหน้าเป็นระยะ
- เน้นคุณภาพงานซ่อมให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อลดการกลับมาแก้ไขซ้ำ
- สร้างความน่าเชื่อถือผ่านรีวิวออนไลน์ การบอกต่อ และการให้บริการที่มีมาตรฐาน
- จัดให้มีระบบรับประกันงานซ่อม เพื่อสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ

2. สำหรับบริษัทประกันภัย

- ควรคัดเลือกคู่ค้าที่มีมาตรฐานด้านคุณภาพ ความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือ
- พัฒนาระบบติดตามสถานการณ์ซ่อมที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก
- เพิ่มประสิทธิภาพในการประสานงานระหว่างบริษัทประกันภัยและอู่ซ่อมรถ เพื่อลดความ

คลาดเคลื่อนของข้อมูลและระยะเวลาในการดำเนินงาน

- ประเมินคุณภาพคู่ค้าอย่างต่อเนื่องจากระดับความพึงพอใจของลูกค้า
- สนับสนุนและส่งเสริมคู่ค้าที่มีมาตรฐานการบริการที่ดีให้เป็นต้นแบบภายในเครือข่าย

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้อู่ซ่อมรถยนต์คู่ค้ากับบริษัทประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต สามารถเสนอแนะได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับอู่ซ่อมรถยนต์

- ควรให้ความสำคัญกับความโปร่งใสในการให้บริการ เช่น การแจ้งค่าใช้จ่ายล่วงหน้า การอธิบายรายละเอียดงานซ่อม และการกำหนดระยะเวลาในการซ่อมอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ
- ควรพัฒนาระบบการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น การแจ้งความคืบหน้าระหว่างการซ่อม เพื่อช่วยลดความกังวลและเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการ
- ควรยกระดับ คุณภาพงานซ่อมและมาตรฐานด้านความปลอดภัย โดยมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อลดการกลับมาแก้ไขซ้ำและเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้า
- ควรสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการรักษามาตรฐานการบริการ การสร้างรีวิวเชิงบวก และการบอกต่อจากผู้ใช้บริการ

- ควรมีระบบรับประกันงานซ่อม เพื่อเพิ่มความมั่นใจ และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับบริษัทประกันภัย

- ควรคัดเลือกอู่ซ่อมรถคู่ค้าที่มีมาตรฐานด้านคุณภาพ ความโปร่งใส และความน่าเชื่อถืออย่างเข้มงวด
- ควรพัฒนาระบบติดตามสถานะการซ่อมที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก เพื่อเพิ่มความสะดวกและความโปร่งใสในการใช้บริการ
- ควรเสริมสร้างการประสานงานระหว่างบริษัทประกันภัยและอู่ซ่อมรถให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลและลดระยะเวลาในการดำเนินงาน

-ควรจัดทำระบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเรียกร้องสิทธิ์จากบริษัทประกันภัย เพื่อ

นำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาและประเมินคุณภาพของอู่ซ่อมอย่างต่อเนื่อง

-ควรส่งเสริมอู่ซ่อมรถที่มีมาตรฐานการบริการที่ดีเป็นต้นแบบในระบบเครือข่ายอู่ซ่อมรถคู่ค้าของประกันภัย

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

-หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดมาตรฐานการให้บริการของอู่ซ่อมรถคู่ค้ากับประกันภัยให้มีความชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

-ควรสนับสนุนระบบตรวจสอบคุณภาพและความโปร่งใสของอู่ซ่อมรถอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ

-ควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินคุณภาพงานซ่อม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและลดข้อเรียกร้องจากผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ควรศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อวัดระดับอิทธิพลของแต่ละปัจจัยอย่างชัดเจน
- 2.ควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังจังหวัดอื่นเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้ใช้บริการ
- 3.ควรศึกษาเพิ่มเติมจากมุมมองของอู่ซ่อมรถและบริษัทประกันภัยร่วมด้วย เพื่อให้เห็นภาพครบทุกฝ่าย
- 4.ควรศึกษาบทบาทของรีวิวออนไลน์และสื่อดิจิทัลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการขนส่งทางบก. (2566). สถิติการจดทะเบียนรถยนต์.

<https://web.dlt.go.th/statistics/>

ชูชัย สมธิกร. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธงชัย สันติวงษ์. (2558). พฤติกรรมผู้ใช้บริการทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9). ไทยวัฒนาพานิช.

นิตนา ฐานิตชนกร, & ธนกฤต เศรษฐสิริโชค. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *RMUTP Research Journal Sciences & Technology*, 6(2), 113–128.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. ธรรมสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). พฤติกรรมผู้ใช้บริการ. ซีเอ็ดดูเคชั่น.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>

- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents & consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.

Room 5: Human Resource Management and Organizational Behavior

Faculty-Room: 19505

Chairperson: Dr. Suthasinee Nirattimanon

Phuket Rajabhat University

Chairperson: Dr. Seksit Paksi

Kanchanaburi Rajabhat University

Time	Code	Title	Presenter
1.30 – 1.45 PM	[NSU-004]	ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน 7-11	พิมพ์กานต์ แปรงพันธ์, ดร.ผกาพรรณ ไพรรัตน์
1.45 – 2.00 PM	[NSU-006]	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้กระเบื้องพอร์ซเลนแบรนด์ Oslo ในจังหวัดภูเก็ต	ศัทธิยา อัครนิทัศน์, ดร. กชพร ชื่นจันทร์
2.00 – 2.15 PM	[NSU-008]	การรับรู้ของลูกค้าต่อศูนย์บริการ ACDelco สาขาภูเก็ต	อรดี พิพัฒน์, ดร. กชพร ชื่นจันทร์
2.15 – 2.30 PM	[NSU-011]	การตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต	กฤตินี พิทักษ์, ดร. สิรินทรา สังข์ทอง
2.30 – 2.45 PM	[NSU-015]	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน OK COFFEE	อรุณพร นิลพรหม, ดร. กชพร ชื่นจันทร์
2.45 - 3.00 PM	[NSU-020]	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Bolt ในจังหวัดภูเก็ต	ดารุณี ปือราเฮง, ดร. สิรินทรา สังข์ทอง
3.00 – 3.15 PM	[NSU-026]	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าพักที่เข้าพักโรงแรม Dalaa Pool Villa Resort	พงศ์ฐกร ปิติสุข, ดร. กชพร ชื่นจันทร์
3.15 – 3.30 PM	[NSU-024]	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมสีรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต	อมลวรรณ ศรีสร้อยโชติกร, ดร. สิรินทรา สังข์ทอง
3.30 – 3.45 PM	Group discussion, comments, and suggestions for future research between the panel and the presenter		
3.45 – 4.30 PM	Award and certificate by		



International Conference on Destination Management

The 2nd National Research Conference
of the Southern Universities Graduate
Studies Network

Proceedings

“EMPOWERING NEXT-GEN FOR RESPONSIBLE DEVELOPMENT”

12-14 JUNE 2026
PHUKET THAILAND

Customer perceptions toward La Playa Chalong Phuket	337
Aran Youngjan and Sirinthra Sungthong	
Guidelines for enhancing the efficiency of visa and work permit services in the digital Era for foreign customers in Phuket	357
Kanjana Kahapana and Phakawan Phairat	
The role of eWOM and social experience on customer satisfaction and revisit intention: A case study of a Bar in Phuket Province	372
Sirilak Yucharoen and Phakawan Phairat	
Factors influencing customers' reuse intention toward Bolt application services in Phuket Province.....	388
Darunee Bueraheng and Sirinthra Sungthong	
Determinants of customers' decision to use food delivery services in Phuket Province	406
Atima Sasok and Sirinthra Sungthong	
Guidelines for improving the insurance claims process to reduce delays: Under Tipaya Insurance Public Company Limited.	426
Alisa Sangsinchai and Kotchaporn Chuenchan	
Guidelines for developing a Workday user manual for employees in an organization.....	437
Natcha Jamnongjit and Sirinthra Sungthong	
Factors influencing customers' decision to use insurance-partnered auto repair garages in Phuket Province	452
Krithin Phithak and Sirinthra Sungthong	
Enhancing employee motivation: A case study of employees at an international airport in Southern Thailand	472
Jantima Thumapreecha and Phakawan Phairat	
Factors affecting customer satisfaction in Dalaa Pool Villa Resort	494
Pongtakorn Pitisuk and Kotchaporn Chuenchan	
Appendixes	512
Appendixes I Organizing Committee	513
Appendixes II Editorial Team	518

Editorial Team

Editorial Advisory Board

Assistant Professor Dr. Hiran Prasarnkarn
Assistant Professor Dr. Thawatchai Thumthong
Assistant Professor Dr. Doungnat koykijcharone
Assistant Professor Dr. Piangjit Tanticharatwarodom
Assistant Professor Nongyao Prasomthong
Dr. Manop Chachiyo
Mr. Teerapong Nuchaikaew

Editorial Board

Associate Professor Dr. Nimit Soonsan
Assistant Professor Suphattra Sangthong
Dr. Sarayute Thongmun
Dr. Sanya Chimpimon
Dr. Kanyapat Pattanaphokinsakul
Dr. Barisa Laemlaksakul
Dr. Sirintra Sangthong
Dr. Kochaporn Chunjan
Dr. Bongkotrat Piamsirikamon
Dr. Phakawan Phairat

Reviewer Board

- | | |
|---|---|
| 1. Professor Dr. Hiram Ting | President of Responsible Borneo (REBORN)
Sarawak, Malaysia |
| 2. Professor Dr. Ir. Sony Heru Priyanto | STIPRAM Institute of Tourism Yogyakarta, Indonesia |
| 3. Professor Dr. Ir Sugiarto | STIPRAM Institute of Tourism Yogyakarta, Indonesia |
| 4. Associate Professor Dr. Bamrung Srinuanpan | Nakhon Si Thammarat Rajabhat University |
| 5. Associate Professor Dr. Chayanon Phucharoen | Prince of Songkla University |
| 6. Associate Professor Dr. Khwanruedee Ponchaitiwat | Khon Kaen University |
| 7. Associate Professor Dr. Lenny Yusrini | Universitas Asa Indonesia |

- | | |
|---|--|
| 8. Associate Professor Dr. Li-Hsin Chen | National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism, Taiwan |
| 9. Associate Professor Dr. Nimit Soonsan | Phuket Rajabhat University |
| 10. Associate Professor Dr. Orachorn Maneesong | Chiang Mai University |
| 11. Associate Professor Dr. Pita Jarupunphol | Phuket Rajabhat University |
| 12. Associate Professor Dr. Pongpichit Jannui | Walailak University |
| 13. Associate Professor Chayaporn Boonruangsak | Nakhon Sawan Rajabhat University |
| 14. Assistant Professor Dr. Anak Agung Gde Satia Utama | Airlangga University, Indonesia |
| 15. Assistant Professor Dr. Anuwat Worlee | Fatoni University |
| 16. Assistant Professor Dr. Anusara Sawangchai | Phuket Rajabhat University |
| 17. Assistant Professor Dr. Autchara Klinchan | Phetchabun Rajabhat University |
| 18. Assistant Professor Dr. Chantinee Boonchai | Prince of Songkla University |
| 19. Assistant Professor Dr. Chidchanok Anantamongkolkul | Phuket Rajabhat University |
| 20. Assistant Professor Dr. Chawanrat Srinounpan | Nakhon Si Thammarat Rajabhat University |
| 21. Assistant Professor Dr. Jarunee Kongkul | Phuket Rajabhat University |
| 22. Assistant Professor Dr. Jitwimon Klaysubun | Suan Dusit University |
| 23. Assistant Professor Dr. Jumani Zulfiqar Ali | Khon Kaen University |
| 24. Assistant Professor Dr. Nattaya Chombunchoo | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 25. Assistant Professor Dr. Pannraphat Takolpuckdee | Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage |
| 26. Assistant Professor Dr. Pimmada Wichasin | Suan Dusit University |
| 27. Assistant Professor Dr. Ratirat Na Songkhla | Chulalongkorn University |
| 28. Assistant Professor Dr. Runglawan Iamkusolkij | Nakhon Phanom University |
| 29. Assistant Professor Dr. Sanit Srichookiat | Thaksin University |
| 30. Assistant Professor Dr. Sudarat Kliangsa-Art | Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University |
| 31. Assistant Professor Dr. Suthat Kammanee | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 32. Assistant Professor Dr. Suwaphat Siridhammasakul | Ubon Ratchathani University |
| 33. Assistant Professor Dr. Yutthana Kadem | Yala Rajabhat University |
| 34. Assistant Professor Dr. Techatam Sangkrom | Suratthani Rajabhat University |
| 35. Assistant Professor Puriwaj Dachum | Kasetsart University |
| 36. Assistant Professor Suphattra Sangthong | Phuket Rajabhat University |
| 37. Assistant Professor Jaruwat Songmuang | Fatoni University |
| 38. Assistant Professor Thanai Tanvanich | Songkhla Rajabhat University |
| 39. Dr. Amin Kiswanto | STIPRAM Institute of Tourism Yogyakarta, Indonesia |
| 40. Dr. Barisa Laemlaksakul | Phuket Rajabhat University |
| 41. Dr. Bongkotrat Piamsirikamon | Phuket Rajabhat University |
| 42. Dr. Calla Phuong Bui | Gia Dinh University, Vietnam |
| 43. Dr. Christina Shen | Hainan Tropical Ocean University, China |
| 44. Dr. Ir. Aldi Wisnumurti Sarwono | STIPRAM Institute of Tourism Yogyakarta, Indonesia |
| 45. Dr. Jureerut Wongpluksin | Phuket Rajabhat University |
| 46. Dr. Kanyapat Pattanaphokinsakul | Phuket Rajabhat University |
| 47. Dr. Kochaporn Chunjan | Phuket Rajabhat University |
| 48. Dr. Mumtaz Meeraman | Songkhla Rajabhat University |
| 49. Dr. Narawadee Buakhwan | Songkhla Rajabhat University |
| 50. Dr. Nguyen (Beo) Thai | University of Wollongong (UOW), Australia |
| 51. Dr. Parnprae Chaoprayoon Udomraksasup | Maejo University |
| 52. Dr. Pattarin Makka | Phuket Rajabhat University |
| 53. Dr. Phakawan Phairat | Phuket Rajabhat University |
| 54. Dr. Phiphop Somwathee | Phuket Rajabhat University |

- | | |
|----------------------------------|---|
| 55. Dr. Pinit Duangjinda | Thaksin University |
| 56. Dr. Ratchada Boonkaew | Yala Rajabhat University |
| 57. Dr. Sakesit Paksee | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 58. Dr. Sanya Chimpimon | Phuket Rajabhat University |
| 59. Dr. Sarayute Thongmun | Phuket Rajabhat University |
| 60. Dr. Sathaporn Rungsawang | Nakhon Pathom Rajabhat University |
| 61. Dr. Sirintra Sangthong | Phuket Rajabhat University |
| 62. Dr. Suthasinee Nirattimanon | Phuket Rajabhat University |
| 63. Dr. Tan Kim Lim | James Cook University, Singapore |
| 64. Dr. Uraiporn Kattiyapornpong | University of Wollongong (UOW), Australia |
| 65. Mr. Theera Watcharamongkol | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 66. Mr. Weerawat Udomsap | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 67. Mr. Worapot Treesuk | Phuket Rajabhat University |
| 68. Ms. Nareekarn Na Thalang | Yala Rajabhat University |
| 69. Ms. Piyawan Khamglad | Phuket Rajabhat University |
| 70. Ms. Sirirak Thanyaphaisan | Phuket Rajabhat University |



ICDM 2026

1 มิถุนายน 2569

เรื่อง ตอบรับบทความเข้าร่วมการนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ

หมายเลขบทความ NSU-2400

เรียน คุณกฤติน พิทักษ์ และ ดร.สิรินทรา สังข์ทอง

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัย เรื่อง “การตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับประกันภัยของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต” เพื่อนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 2 ของเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยภาคใต้

บัดนี้กองบรรณาธิการ และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันต่างๆ ได้ประเมินและตรวจสอบคุณภาพบทความของท่านเรียบร้อยแล้ว เรามีความยินดีที่จะแจ้งให้ทราบว่าบทความของคุณพิจารณาให้นำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ ในวันที่ 13 มิถุนายน 2569 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ภายใต้หัวข้อ “เสริมสร้างศักยภาพคนรุ่นใหม่เพื่อการพัฒนาอย่างมีความรับผิดชอบ”

โปรดทราบว่าอย่างน้อยหนึ่งคนในทีมผู้เขียนต้องเข้าร่วมการประชุมเพื่อนำเสนอบทความ กำหนดการนำเสนอและรายละเอียดเพิ่มเติมจะประกาศให้ทราบในภายหลัง

ขอแสดงความยินดี และเราหวังว่าจะได้ต้อนรับคุณในการประชุม

ขอแสดงความนับถือ

รองศาสตราจารย์ ดร.นิมิต ชุ่นสั้น
ประธานการจัดงานประชุม

ติดต่อสอบถามข้อมูลการประชุม

ดร.ศรายุทธ ทองหมั่น โทรศัพท์: 081-645-1998

Email: icdm.pkru@gmail.com

PKRU

REBORN



GIA DINH
UNIVERSITY



STPRAM



International Conference on Destination Management
The 2nd National Research Conference of the Southern Universities Graduate Studies Network

CERTIFICATE OF PARTICIPATION

ขอมอบเกียรติบัตรฉบับนี้เพื่อแสดงว่า

กฤติน พัทธกิจ และ ดร. สิรินทรา สังข์ทอง

ได้เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัย

เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถคู่ค้ากับประกันภัยของลูกค้า

ในจังหวัดภูเก็ต

จัดโดย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ให้ไว้ ณ วันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2569

(รองศาสตราจารย์ ดร.นิมิต ชื่นสัน)
ประธานกรรมการประชุมวิชาการ ICDM 2026

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หิรัญ ประสารการ)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต