

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง มีสาระสำคัญสามารถสรุปเป็นผลการวิจัยได้ดังนี้

ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง โดยจำแนกตามความสัมพันธ์กับบริษัท เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า และประสบการณ์การทำงานระยะเวลาในการให้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บริษัท โตโยต้าลพบุรีอูดมชัย ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกเป็นผู้บริหารและผู้จัดการจำนวน 13 คน พนักงาน 188 คน ลูกค้า 1,448 คน (บริษัท โตโยต้าลพบุรีอูดมชัย ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด, 2551ก, หน้า 8) บริษัท โตโยต้าสิงห์บุรี จำกัด จำแนกเป็นผู้บริหารและผู้จัดการจำนวน 10 คน พนักงาน 122 คน ลูกค้า 720 คน (บริษัท โตโยต้าสิงห์บุรี จำกัด, 2551ก, หน้า 4) และบริษัท โตโยต้าโฆสิต อ่างทอง ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกเป็นผู้บริหารและผู้จัดการจำนวน 9 คน พนักงาน 101 คน ลูกค้า 680 คน (บริษัท โตโยต้าโฆสิตอ่างทอง ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด, 2551ก, หน้า 5)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากประชากรมีจำนวนที่แน่นอน (finite population) ใช้สูตรการคำนวณขนาดประชากรของ ยามาเน่ (Yamane) ในการคำนวณหาขนาดของตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 356 คน (พิชญาณี (นิรมล) กิติกุล, 2550, หน้า 107)

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง แตกต่างกันเมื่อ จำแนกตามความสัมพันธ์กับบริษัท เพศ

อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ไคโยต้า และประสบการณ์การทำงานระยะเวลาในการใช้บริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ประเภทปลายปิด (closed form) และลักษณะเป็นตัวเลขมาตราส่วนประมาณค่า (numerical rating scale) เป็นการวัดเพื่อแสดงระดับมี 5 ระดับ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจาก เอกสาร แนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นำมาประกอบในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ซึ่งสามารถแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ไคโยต้า และประสบการณ์การทำงานระยะเวลาในการใช้บริการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้านคือ 1) ด้านชื่อเสียง 2) ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี 3) ด้านคุณภาพการบริการ 4) ด้านการเงินขององค์กร และ 5) ด้านความสามารถขององค์กร แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ จำนวน 51 ข้อ และมีเกณฑ์การให้คะแนน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ดังนี้ เพื่อแสดงระดับความคิดเห็นมี 5 ระดับ (สุวริย์ ศิริโกคาภิรมย์, 2540, หน้า 72) โดยกำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้ามากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้ามาก
3	หมายถึง	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้าปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้าน้อย
1	หมายถึง	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้าน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. จัดเตรียมเครื่องมือตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้พร้อมและจัดทำรหัสในแบบสอบถามให้ตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการสุ่มไว้แล้ว เพื่อสะดวกในการตรวจสอบ
2. ขอนหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์พร้อมด้วยแบบสอบถามขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามส่งต่อผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง เพื่อทำการกรอกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 356 ฉบับ
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา นำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทั้งจำนวนของแบบสอบถาม และข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม ของผู้บริหาร พนักงานและลูกค้า ของบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าเพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทุกฉบับตรวจสอบการให้คะแนนของแบบสอบถามทั้งหมด แล้วนำมาวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ด้วยวิธีแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ทั้ง 5 ด้าน ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง นำมาพิจารณาระดับตามเกณฑ์เป็น รายด้านและรายข้อ แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้ไปเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์ในการแปลความหมายของช่วงคะแนน ดังนี้ (ประคองกรรมผล, 2542, หน้า108)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้ามากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้ามาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหาร
งานของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหาร
งานของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหาร
งานของผู้แทนจำหน่ายโตโยต้าน้อยที่สุด

ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของ เพศ ซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม โดยการทดสอบ
ค่าสถิติที (t-test) ส่วนความสัมพันธ์กับบริษัท อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้
เฉลี่ยต่อเดือน สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า และประสบการณ์การทำงาน/ระยะเวลาใน
การใช้บริการ ซึ่งจำแนกมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-
way ANOVA) โดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) เมื่อมีนัยสำคัญทางสถิติจึงเปรียบเทียบรายคู่โดย
ใช้การทดสอบของฟิชเชอร์ (Fisher's Least-Significant Difference : LSD) (กัลยา
วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 333)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์
โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ได้ผลสรุปดังนี้

ผู้บริหารและผู้จัดการ พนักงาน ลูกค้า ส่วนใหญ่ความสัมพันธ์กับบริษัทเป็น ลูกค้า คิด
เป็นร้อยละ 81.50 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.16 มีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.90 มี
สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 54.20 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ
27.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.60 สาขาผู้แทน
จำหน่ายรถยนต์โตโยต้า บริษัทโตโยต้าลพบุรีอุคมชัย ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด คิดเป็นร้อยละ
53.40 และประสบการณ์การทำงาน/ระยะเวลาในการใช้บริการ 3 ปี – 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.20

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่าย
รถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง สรุปเป็นรายด้านและภาพรวม 5 ด้านสรุป
ได้ดังนี้

1.1 ด้านชื่อเสียง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อโดย
เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในประเทศ รองลงมาคือการรักษา
คุณภาพของงานผลิตและบริการอย่างต่อเนื่อง และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือเป็นที่รู้จักในด้านการขาย
และการบริการหลังการขาย (งานซ่อมเครื่อง, ซ่อมตัวถังและสี)

1.2 ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละ
รายข้อโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือโครงสร้างตัวถังนิรภัย (GOA) ป้องกันความ

ปลอดภัย รองลงมาคือมีการนำเสนอรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดรถยนต์ และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงาน

1.3 ด้านคุณภาพการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละราย ข้อโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการเช่าระยะสามารถใช้บริการได้ทุกศูนย์บริการ รองลงมาคือการเช่าระยะสามารถใช้บริการได้ทุกศูนย์บริการ และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการชี้แจง ส่วนหน้ากรณีมีการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการซ่อมและการซื้อรถยนต์

1.4 ด้านการเงินขององค์กร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละราย ข้อโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมกับรถยนต์ รองลงมาคือเงินค่างานน้อย อัตราดอกเบี้ยต่ำ และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือราคาค่าอะไหล่และค่าซ่อมบำรุง

1.5 ด้านความสามารถขององค์กร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละราย ข้อโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีระบบการบริการที่ได้มาตรฐานและทันสมัยและ มีการฝึกอบรมพนักงานสำหรับพนักงานโตโยต้าที่มีมาตรฐาน รองลงมาคือพนักงานให้บริการมีความรู้และความชำนาญ และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือสร้างสรรค์คุณค่าให้กับลูกค้าในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

2. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดชลบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง โดยจำแนกสถานภาพส่วนบุคคลประกอบด้วยความสัมพันธ์กับบริษัท เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ประสบการณ์การทำงานระยะเวลาในการใช้บริการ

2.1 จำแนกตามความสัมพันธ์กับบริษัท ผู้บริหารและผู้จัดการ พนักงาน ลูกค้า ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดชลบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ที่มีสาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าแตกต่างกัน ในด้านชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการเงินขององค์กร และด้านความสามารถขององค์กร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 จำแนกตามเพศชายกับเพศหญิง พบว่า ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดชลบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ระหว่างเพศที่ต่างกัน เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านและภาพรวม 5 ด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 จำแนกตามอายุ ต่ำกว่า 18 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี 51 ปี ขึ้นไปพบว่า ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดชลบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ที่มีอายุแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านและภาพรวม 5 ด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 จำแนกตามสถานภาพสมรส โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง พบว่าระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านและภาพรวม 5 ด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 จำแนกตามระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.อนุปริญญา/ปวส.ปริญญาตรีสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ในด้านชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการเงินขององค์กร และด้านความสามารถขององค์กร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000- 20,000 บาท 20,000 – 30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านและภาพรวม 5 ด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.7 จำแนกตามสาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า บริษัท โตโยต้าลพบุรีอุดมชัย ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด บริษัท โตโยต้าสิงห์บุรี จำกัดบริษัท โตโยต้าโฆสิตอ่างทอง ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ที่มีสาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าแตกต่างกัน ในด้านชื่อเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการเงินขององค์กร และด้านความสามารถขององค์กร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.8 จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 1 ปี – 2 ปี 3 ปี – 4 ปี 5 ปี – 6 ปีมากกว่า 6 ปีขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ที่มีประสบการณ์การทำงานระยะเวลาในการให้บริการแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านและภาพรวม 5 ด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง อภิปรายผลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนพเก้า ไพรลีน (2545, บทคัดย่อ) กล่าวว่าระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร คือปัจจัยด้านค่านิยมร่วมขององค์กร ด้านกลยุทธ์ขององค์กร ด้านทักษะขององค์กร ด้านรูปแบบการบริหารองค์กร ด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านพนักงานขององค์กร และด้านระบบภายในองค์กรตามลำดับ ผลการวิจัยพบว่าความแตกต่างกันทางด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งหน้าที่ในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร แต่ประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านระบบภายในองค์กร ด้านพนักงานขององค์กร และด้านค่านิยมร่วมขององค์กร ดังนี้

1.1 ด้านชื่อเสียง ในรายด้านพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า อยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในประเทศ การรักษาคูณภาพของงานผลิตและบริการอย่างต่อเนื่อง การให้ความมั่นใจในแก่ลูกค้า การรับประกันคุณภาพสินค้า และการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับ วิทยา ด้านชำระกุล (2546, หน้า 353) กล่าวว่า ชื่อเสียง หมายถึง การมีผลงานที่ดีทำให้องค์กรสามารถสร้างชื่อเสียงที่ดีในสายตาของลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต ชุมชนรอบข้าง คู่แข่ง และสาธารณชนในวงกว้าง ชื่อเสียงที่ดีนำมาซึ่งความเชื่อถือและทำให้ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายซื้อสินค้า และบริหารในราคาที่สูงขึ้น การประเมินผลงานขององค์กรอย่างเคร่งครัดจะทำให้องค์กรสามารถสร้างและรักษาชื่อเสียงขององค์กรไว้ได้เสมอ

1.2 ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ในรายด้านพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือมีโครงสร้างตัวถังนิรภัย GOA ป้องกันความปลอดภัย อุปกรณ์อำนวยความสะดวก อุปกรณ์มีความทันสมัยพร้อมรับกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับศลิษา ภมรสติชัย (2547, หน้า16) กล่าวว่า เทคโนโลยี หมายถึง ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วทำให้ธุรกิจมีโอกาสใหม่ๆ ในการผลิตและทำให้เกิดการใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงการผลิตสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เช่นการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการผลิตและออกแบบ การใช้หุ่นยนต์ช่วยในการผลิต ระบบการผลิตแบบยืดหยุ่น การเลือกใช้เทคโนโลยีที่

ถูกต้องและเหมาะสมกับการผลิต ตลอดจนการจัดการเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ จึงจะสามารถช่วยให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

1.3 ด้านคุณภาพการบริการ ในรายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือการเช็คระยะสามารถใช้บริการได้ทุกศูนย์บริการ ความพร้อมของพนักงาน ความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นส่วนหนึ่งในด้านบริการ การบริการที่มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ซึ่งสอดคล้องกับฉัตรยาพร เสมอใจ (2547, หน้า 54) กล่าวว่าคุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการที่ดี ขึ้นอยู่กับการวางแผน และที่สำคัญสำหรับการบริการคือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกันและงานที่ได้ต้องมีดี มีประสิทธิภาพ

1.4 ด้านการเงินขององค์กร ในรายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ราคาเหมาะสมกับรถยนต์ ราคาอะไหล่และค่าซ่อมบำรุงอัตราค่าบริการมีความเหมาะสม และอัตราค่าอะไหล่มีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีัญญา ศิริปุ่น (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรีผลการวิจัยพบว่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับปริญญาตรี อาชีพรับข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน ใช้รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้าเป็นระยะเวลา 1 – 2 ปี ซื้อเงินผ่อน วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง สื่อทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในการซื้อรถยนต์คันใหม่ยี่ห้อโตโยต้า ผู้บริโภคเป็นผู้ตัดสินใจเอง โดยอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาด ทั้ง 4 ปัจจัยอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมรรถนะของรถยนต์ ในเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่ และการประหยัดน้ำมัน มีอิทธิพลมากที่สุด การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกับปัจจัยด้านการตลาด พบว่าผู้บริโภคที่มี เพศ สถานภาพสมรส อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 ด้านความสามารถขององค์กร ในรายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือมีระบบการบริการที่ได้มาตรฐานและทันสมัยและ มีการฝึกอบรมพนักงานสำหรับพนักงานโตโยต้าที่มีมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับณัฐยา สิ้นตระการผล (2550, หน้า 106) กล่าวว่า ความสามารถขององค์กร หมายถึง ความสามารถทางด้านธุรกิจประกอบด้วย การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ความสามารถในการบริหารจัดการพนักงานและโรงงานผลิตที่กระจัดกระจายกัน

จากการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง พบว่า

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ประสบการณ์การทำงาน/ระยะเวลาในการใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับการศึกษา สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า สถานะของผู้ตอบ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งทิพย์ คงมานะ (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสำเร็จของสมาชิกธุรกิจขายตรง บริษัทกัฟฟารีน สกายไลน์ยูนิค จำกัด ในจังหวัดลพบุรี พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขายตรงไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกอายุ ระดับการศึกษา ลักษณะการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือนและตำแหน่งของสมาชิก มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขายตรงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะ

1.1 ด้านชื่อเสียง พบว่า ด้านเป็นที่รู้จักในด้านการขายและการบริการหลังการขาย (งานซ่อมเครื่อง, ซ่อมตัวถังและสี) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นบริษัทโตโยต้าควรมีการประชาสัมพันธ์ด้านการให้บริการของบริษัทให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า เช่นการลงโฆษณาผ่านวิทยุ หนังสือพิมพ์เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี พบว่า ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นในการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยลด

ระยะเวลาในการทำงานนั้นควรนำมาใช้ในทางที่ถูกต้อง และเหมาะสมกับงาน เช่นการนำคอมพิวเตอร์เข้าช่วยใช้ในการออกใบเสร็จแทนการเขียนในแผนกการเงินฝ่ายขาย เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และเป็นระเบียบมากขึ้น ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

1.3 ด้านคุณภาพการบริการ พบว่า ด้านการชี้แจงล่วงหน้ากรณีมีการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการซ่อมและการซื้อรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับค่าใช้จ่าย ควรมีการอบรมแนะนำให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องการชี้แจงค่าใช้จ่ายล่วงหน้าก่อนการซ่อมเพื่อให้ลูกค้าทราบ และสามารถตัดสินใจในค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

1.4 ด้านการเงินขององค์กร พบว่าในรายการที่ว่า ราคาค่าอะไหล่และค่าซ่อมบำรุง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นควรจัดให้จัดโปรโมชั่นส่วนลดค่าแรง ค่าอะไหล่ ให้กับลูกค้าในกรณี que เข้าซ่อมบ่อยครั้ง และมีบัตรสมาชิกสำหรับลูกค้าชั้นดีในการชำระเงินสด

1.5 ด้านความสามารถขององค์กร พบว่าในรายการที่ว่า สร้างสรรค์คุณค่าให้กับลูกค้าในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ โดยตัวควรมีการปรับปรุง พัฒนา ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ทันเหตุการณ์ เอาใจใส่ปัญหาอย่างจริงจัง ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ให้บริการครบวงจร มีความพร้อมในการให้บริการ ปฏิบัติงานทุกอย่างด้วยความเคร่งครัด เพื่อเป็นการส่งมอบและสร้างสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิจัยในกลุ่มหน่วยงานอื่นๆ และกลุ่มผู้ประกอบการรถยนต์ค่ายีห้อ ในส่วนที่อยู่นอกเหนือในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง

2.2 ควรวิจัยโดยขยายมิติของคุณลักษณะของความสำเร็จให้มากขึ้น และให้มีความสอดคล้องกับสภาพปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อที่จะให้การวิจัยมีแง่มุมที่กว้างขวางขึ้น รวมทั้งได้ผลลัพธ์ที่มีข้อเท็จจริงตามสถานการณ์ ไม่ว่าจะเป็นด้านจริยธรรมธุรกิจ เป็นต้น

2.3 ควรวิจัยเปรียบเทียบความคิดเห็นความสำเร็จในการบริหารของผู้แทนจำหน่าย กับหน่วยงานอื่นที่ปฏิบัติงานในลักษณะที่คล้ายกัน เพื่อเป็นการขยายมุมมองในการวิจัย และได้ทราบทัศนคติของการบริหารงานที่ค่อนข้างแตกต่างกันอย่างชัดเจน