

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ระหว่างรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล โดยวิธีการศึกษาได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจากเจ้าของรถยนต์ที่มีอายุการใช้งานไม่เกิน 5 ปี และเคยใช้บริการติดตั้งระบบกันขโมยรถยนต์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย โดยใช้เทคนิคสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) แบบใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จากเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 177 ราย และเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล จำนวน 123 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท เป็นเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมากที่สุด ซึ่งใช้รถยนต์ตราี่ห้อโตโยต้ามากที่สุด และรถยนต์ที่ใช้มีอายุการใช้งาน 2 - 5 ปี

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่มีลักษณะ / รูปแบบชนิดสัญญาณกันขโมย จำตราี่ห้อไม่ได้ โดยมีสาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จำนวน 2,001 - 3,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จากร้านระดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ซื้อเอง

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของรถยนต์

#### 3.1 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์ที่มีลักษณะ / รูปแบบชนิดสัญญาณกั้นขโมย จำตรายี่ห้อไม่ได้ โดยมีสาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์จำนวน 2,001 - 3,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์จากร้านประดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์ที่มีลักษณะ / รูปแบบชนิดล็อกเบรก / คลัตช์ จำตรายี่ห้อไม่ได้ โดยมีสาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์จำนวน 3,001 - 5,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์จากร้านประดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากร้านค้า / ศูนย์บริการแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ บิดา / มารดา

#### 3.2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์ที่มีลักษณะ / รูปแบบชนิดล็อกเบรก / คลัตช์ จำตรายี่ห้อไม่ได้ โดยมีสาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์จำนวน 2,001 - 3,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์จากร้านประดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์ที่มีลักษณะ / รูปแบบสัญญาณกั้นขโมย ตรายี่ห้อบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ โดยมีสาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์จำนวน 2,001 - 3,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์จากร้านประดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากร้านค้า / ศูนย์บริการแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง และบิดา / มารดา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท 30,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์ที่มีลักษณะ / รูปแบบชนิดสัญญาณกั้นขโมย จำตรายี่ห้อไม่ได้ โดยมีสาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กั้นขโมยรถยนต์จำนวน 2,001 - 3,000 บาท ซื้อและ

ติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จากร้านระดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง

### 3.3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามประเภทของรถยนต์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่มีลักษณะ / รูปแบบชนิดสัญญาณกันขโมย จำตรายี่ห้อไม่ได้ โดยมีสาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จำนวน 2,001 - 3,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จากร้านระดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลส่วนใหญ่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่มีลักษณะ / รูปแบบชนิดสัญญาณกันขโมย จำตรายี่ห้อไม่ได้ โดยมีสาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จำนวน 2,001 - 3,000 บาท และ 3,001 - 5,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จากร้านระดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง

### 3.4 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยชนิดสัญญาณกันขโมย เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตราหือของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ สาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จำนวน 5,001 - 10,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จากศูนย์บริการของรถยนต์ยี่ห้ออื่นๆ ศึกษาหาข้อมูลจากร้านค้า / ศูนย์บริการแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยชนิดล็อกเบรก / คลัตซ์ เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์โดยจำตรายี่ห้อไม่ได้ สาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จำนวน 2,001 - 3,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จากร้านระดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยชนิดล็อกเกียร์ เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตราหือโซเล็ก สาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน

ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จำนวน 2,001 - 3,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จากร้านระดับยนต์ ศึกษาหาข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยชนิดล็อกพวงมาลัย เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์โดยจำตราหือไม่ได้ สาเหตุที่เลือกซื้อคือความสะดวกต่อการใช้งาน และไม่รบกวนกับระบบของรถยนต์ ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จำนวนไม่เกิน 1,000 บาท และ 2,001 - 3,000 บาท ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์จากร้านระดับยนต์ และบริษัทผู้ผลิต / สาขาของผู้ผลิต ศึกษาหาข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวผู้ใช้เอง และเพื่อน

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์**

เมื่อนำค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยของปัจจัยประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอ  
เมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ มาเรียงลำดับความสำคัญ จะได้ข้อมูลดังนี้

**ตารางที่ 85** แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 10 ปัจจัย

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ กันขโมยรถยนต์มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ	ปัจจัยด้าน กระบวนการ 4.79 (มากที่สุด)
2.	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน	ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ 4.65 (มากที่สุด)
3.	อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ 4.62 (มากที่สุด)
4.	พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ	ปัจจัยด้าน บุคคล 4.59 (มากที่สุด)
5.	การบริการหลังการขาย	ปัจจัยด้าน กระบวนการ 4.56 (มากที่สุด)
6.	พนักงานผู้ให้บริการติดตั้งมีความสุภาพในการให้บริการ ลูกค้า	ปัจจัยด้าน บุคคล 4.53 (มากที่สุด)
7.	ความง่ายในการใช้งาน	ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ 4.51 (มากที่สุด)
8.	พนักงานมีความสามารถให้ความช่วยเหลือในการ แก้ปัญหา	ปัจจัยด้าน บุคคล 4.51 (มากที่สุด)
9.	พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ	ปัจจัยด้าน บุคคล 4.46 (มาก)
10.	เวลาเปิด – ปิด ของสถานที่จำหน่ายและติดตั้ง สะดวกใน การเข้ารับบริการ	ปัจจัยด้าน กระบวนการ 4.45 (มาก)



จากตารางที่ 85 พบว่าปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 10 ปัจจัย ความสำคัญในระดับมากที่สุดเรียงลำดับ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย 4.79) คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน (ค่าเฉลี่ย 4.65) อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.62) พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.59) การบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.56) พนักงานผู้ให้บริการติดตั้งมีความสุภาพในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) ความง่ายในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.51) พนักงานมีความสามารถให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.51) ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับ คือ พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และเวลาเปิด – ปิด ของสถานที่จำหน่ายและติดตั้ง สะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ตารางที่ 86 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด 10 ปัจจัย

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.	มีการให้ผ่อนชำระเป็นงวด	ปัจจัยด้านราคา	2.90 (ปานกลาง)
2.	การออกงานแสดงสินค้า	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.01 (ปานกลาง)
3.	ราคาแพงกว่ายี่ห้ออื่น	ปัจจัยด้านราคา	3.04 (ปานกลาง)
4.	ประเทศผู้ผลิตสินค้า	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.05 (ปานกลาง)
5.	มีการจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคม	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.13 (ปานกลาง)
6.	มีการโฆษณา เช่น ใบปลิว แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.18 (ปานกลาง)
7.	ประเทศเจ้าของตราสินค้า (ยี่ห้อ)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.25 (ปานกลาง)
8.	ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	ปัจจัยด้านราคา	3.46 (ปานกลาง)
9.	จัดจำหน่ายโดยตัวแทนผู้จำหน่ายรถยนต์	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.58 (มาก)
10.	มีร้านค้าเฉพาะของสินค้า	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.62 (มาก)

จากตารางที่ 86 พบว่าปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด 10 ปัจจัย ความสำคัญในระดับปานกลางเรียงลำดับ คือ มีการให้ผ่อนชำระเป็นงวด (ค่าเฉลี่ย 2.90) การออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.01) ราคาแพงกว่ายี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.04) ประเทศผู้ผลิตสินค้า

(ค่าเฉลี่ย 3.05) มีการจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.13) มีการโฆษณา เช่น ใบปลิว แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยู เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.18) ประเภทเจ้าของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.25) ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับ คือ จัดจำหน่ายโดยตัวแทนผู้จำหน่ายรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีร้านค้าเฉพาะของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62)

**ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของรถยนต์ และลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง**

**5.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ**

เมื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ มาทำการจำแนกตามเพศ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้าน สามารถสรุปดังตารางที่ 87

**ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ**

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	
	เพศชาย	เพศหญิง
<b>ผลิตภัณฑ์</b>	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน (ค่าเฉลี่ย = 4.66)	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน (ค่าเฉลี่ย = 4.63)
<b>ราคา</b>	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.38)	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.48)



ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	
	เพศชาย	เพศหญิง
การจัดจำหน่าย	สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย = 4.19)	สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย = 4.15)
การส่งเสริม การตลาด	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย (ค่าเฉลี่ย = 4.23)	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย (ค่าเฉลี่ย = 4.21)
บุคคล	พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมี ความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย = 4.61)	พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมี ความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย = 4.55)
กระบวนการ	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย = 4.82)	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย = 4.71)
หลักฐานทาง กายภาพ	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย = 4.34)	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย = 4.43)

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปปลั๊กชนิด และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย ปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย

## 5.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เมื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ มาทำการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้าน สามารถสรุปดังตารางที่ 88

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
<b>ผลิตภัณฑ์</b>	อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.69)	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน (ค่าเฉลี่ย 4.61)	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน (ค่าเฉลี่ย 4.69)	อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.76)	อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.75)
<b>ราคา</b>	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.81)	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.31)	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.50)	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.20)	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.56)
<b>การจัดจำหน่าย</b>	สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ และสถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.19)	สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.21)	สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.19)	สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.18)	สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.31)
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.38)	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.23)	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.20)	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.24)	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
<b>บุคคล</b>	พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ และพนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.69)	พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.56)	พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.63)	พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.57)	มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63)
<b>กระบวนการ</b>	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย 4.75)	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย 4.75)	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย 4.82)	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย 4.86)	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย 4.69)
<b>หลักฐานทางกายภาพ</b>	สถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.44)	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.41)	สถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความสะอาด และสถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41)	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.41)	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.44)

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ และสถานที่จำหน่ายที่มีจอดรถสะดวก ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ ปัจจัย

ย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ และพนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ ปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ ปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความสะอาด และสถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ ปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกัน

รถหาย บั๊จจ็ย๋อ่ย่ด้าันบुकคค คือ มีจ้านวนพนักงำนเพียงพอในการให้บริการ บั๊จจ็ย๋อ่ย่ด้าันกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ บั๊จจ็ย๋อ่ย่ด้าันหลักฐำนทงกายภาพ คือ สดำนที่ติดตั้งมีความทันสมัย

### 5.3 ข้อมูลบั๊จจ็ย๋อ่ย่ด้าันประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามประเภทของรถยนต์

เมื่อนำข้อมูลบั๊จจ็ย๋อ่ย่ด้าันประสมทงการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ มาทำการจำแนกตามประเภทของรถยนต์ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุดของบั๊จจ็ย๋อ่ย่ด้าันประสมการตลาดบริการแต่ละด้าัน สามารถสรุปดังตารางที่ 89

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบั๊จจ็ย๋อ่ย่ด้าันประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทของรถยนต์

บั๊จจ็ย๋อ่ย่ด้าัน	บั๊จจ็ย๋อ่ย่ด้าันประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล
ผลลัทธิ	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน (ค่าเฉลี่ย = 4.67)	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน (ค่าเฉลี่ย = 4.63)
ราคา	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.44)	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.37)
การจัดจำหน่าย	สดำนที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย = 4.15)	สดำนที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย = 4.23)
การส่งเสริมการตลาด	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย (ค่าเฉลี่ย = 4.21)	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย (ค่าเฉลี่ย = 4.24)



ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทของรถยนต์ (ต่อ)

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล
บุคคล	พนักงานผู้ชายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย = 4.62)	พนักงานผู้ชายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย = 4.56)
กระบวนการ	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย = 4.77)	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย = 4.82)
หลักฐานทางกายภาพ	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย = 4.37)	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย = 4.35)

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณะ และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย ปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ชายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย

#### 5.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กัน

ขโมยรถยนต์ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง

เมื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ มาทำการจำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้าน สามารถสรุปดังตารางที่ 90

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์			
	สัญญาณกันขโมย	ล็อกเบรก / คลัตช์	ล็อกเกียร์	ล็อกพวงมาลัย
ผลิตภัณฑ์	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน และอายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.65)	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน (ค่าเฉลี่ย 4.65)	คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน (ค่าเฉลี่ย 4.67)	อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.50)
ราคา	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณะ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.43)	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณะ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.40)	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณะ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.40)	ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณะ และคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.00)
การจัดจำหน่าย	สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.24)	สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.11)	สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.26)	สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ และสถานที่จัดจำหน่ายมีบริการครบวงจร เช่น มีอุปกรณ์แต่งรถอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.26)
การส่งเสริมการตลาด	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย (ค่าเฉลี่ย 4.25)	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย (ค่าเฉลี่ย 4.25)	มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย (ค่าเฉลี่ย 4.17)	มีการประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้า และมีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง (ต่อ)

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์			
	สัญญาณกันขโมย	ล็อกเบรก / คลัตช์	ล็อกเกียร์	ล็อกพวงมาลัย
บุคคล	พนักงานผู้ให้บริการติดตั้งมีความสุภาพในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.59)	พนักงานผู้ชายและผู้หญิงที่มีความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.59)	พนักงานผู้ชายและผู้หญิงที่มีความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.64)	พนักงานผู้ชายและผู้หญิงที่มีความรู้ ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.50)
กระบวนการ	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย 4.77)	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย 4.86)	การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย 4.77)	มีการนัดหมายเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)
หลักฐานทางกายภาพ	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย และสถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.40)	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.30)	สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.43)	สถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความสะอาด และสถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50)

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ประเภทสัญญาณกันขโมย ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน และอายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายที่จอดรถสะดวก ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ ปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ให้บริการติดตั้งมีความสุภาพในการให้บริการลูกค้า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ

ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย และสถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ประเภทล็อกเบรก / คลัตช์ และล็อกเกียร์ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ ปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ประเภทล็อกพวงมาลัย ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ และสถานที่จัดจำหน่ายมีบริการครบวงจร เช่น มีอุปกรณ์แต่งรถอื่นๆ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้า และมีการลดราคา ปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ มีการนัดหมายเข้ารับบริการ ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความสะอาด และสถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า

**ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ด้วยสถิติเปรียบเทียบที่ (t-test) จำแนกประเภทของรถยนต์**

เมื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ มาทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเปรียบเทียบที่ (t-test) จำแนกประเภทของรถยนต์ สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าด้าน ลักษณะ / รูปแบบของการกันขโมย เช่น ล็อกเบรก / คลัตช์ ล็อกเกียร์ ล็อกพวงมาลัย เป็นต้น เมื่อทดสอบสมมติฐานแล้วมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยเจ้าของรถยนต์

บรรทุกส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้าน ลักษณะ / รูปแบบของการกันขโมย เช่น ล็อกเบรก / คลัตช์ ล็อกเกียร์ ล็อกพวงมาลัย เป็นต้น สูงกว่าเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า การมีการประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้า เมื่อทดสอบสมมติฐานแล้วมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้าน มีการประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้า สูงกว่าเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ส่วนปัจจัยด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามประเภทของรถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีปัจจัยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

#### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ พบว่าปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 10 ปัจจัย เรียงลำดับ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ การบริการหลังการขาย พนักงานผู้ให้บริการติดตั้งมีความสุภาพในการให้บริการลูกค้า ความง่ายในการใช้งาน พนักงานมีความสามารถให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ และเวลาเปิด - ปิด ของสถานที่จำหน่ายและติดตั้ง สะดวกในการเข้ารับบริการ ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปได้ตามปัจจัยดังนี้

#### ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตราฮีโร่ ล็อคเทค และเอบีที ที่ระบุว่ามีการเชื่อมต่อสายไฟแบบวายซ็อกเก็ต (Y Socket) ไม่ต้องตัดต่อสายไฟในรถยนต์



ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการ คือ เวลาเปิด – ปิด ของสถานที่จำหน่ายและติดตั้ง สะดวกในการเข้ารับบริการ และการติดตั้งทำได้รวดเร็ว ในระดับ มาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา เจนระฆังทอง (2546) เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ใน อำเภอเมืองเชียงใหม่” ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการ คือ เวลาเปิด – ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ และติดตั้งอุปกรณ์รวดเร็ว

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน และความง่ายในการใช้งาน ในระดับมากที่สุด รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่นรูปร่าง ความสวยงาม และไม่กีดขวางการใช้งานรถยนต์ และสินค้ามี เทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่าสินค้าแบบอื่น ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์ของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตราฮีโร่ ล้อคเทค ที่ระบุว่า แข็งแกร่งทุกส่วน ล็อก ง่าย ติดตั้งมิดชิด และถ้ำหน้าด้วยระบบตัดสตาร์ท ทำให้ปลอดภัยจากการเปลอสตาร์ทขณะที่ยังไม่ ปลดล็อก

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีเทคโนโลยี ที่ทันสมัยกว่าสินค้าแบบอื่น ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ของ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตราฮีโร่ เอปิท ที่ระบุว่า มีระบบพับเก็บกระจกมองข้างอัตโนมัติทันที เมื่อทำการล็อกรถยนต์ ระบบเปิดฝากระโปรงท้ายรถด้วยรีโมท ระบบเปิดประตูบานเดียว และ ระบบล็อกประตูทุกบาน

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน ในระดับมากที่สุด สินค้ามีเทคโนโลยีที่ทันสมัย กว่าสินค้าแบบอื่น ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ของอุปกรณ์กัน ขโมยรถยนต์ตราฮีโร่ แครีบอย ที่ระบุว่า มีโครงสร้างแบบพิเศษ และกล่องเหล็กนิรภัย มีระบบ ตัดสตาร์ท ไซเรนแบบพิเศษ และห้องกันการจัดฝากระโปรงรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน ในระดับมากที่สุด มีศูนย์บริการหลังการขาย ทั่วไป และระยะเวลาการรับประกันสินค้ามากกว่า 1 ปี ในระดับมาก ประเทศผู้ผลิตสินค้า ใน ระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา เจนระฆังทอง (2546) เรื่อง “ปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของ

รถยนต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่” ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของอุปกรณ์ การบริการหลังการขาย การรับประกันสินค้า และแหล่งผลิต

#### ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านบุคคล คือ มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา เจนระฆังทอง (2546) เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่” ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ

#### ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า และสถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความสะอาด ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา เจนระฆังทอง (2546) เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่” ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง และสถานที่สะอาด

#### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ และสถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา เจนระฆังทอง (2546) เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่” ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ร้านค้ามีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ และสะดวกในการจอดรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จัดจำหน่ายมีบริการครบวงจร เช่น มีอุปกรณ์แต่งรถอื่นๆ ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา เจนระฆังทอง (2546) เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่” ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ มีบริการครบวงจร เช่น จำหน่ายอะไหล่ อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ต่างๆ อยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเกิดจากการวิจัยที่มี

ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดยอุปกรณ์ประเภทฟิล์มควรมีห้องติดฟิล์มโดยเฉพาะ ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับห้องติดฟิล์ม มากกว่าสถานที่จัดจำหน่ายที่มีบริการครบวงจร

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์รายี่ห้อ ลีออคเทค และดีพลัสลือค ที่ระบุว่า ฟรีกรมธรรม์ประกันภัย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ และมีการลดราคา ในระดับมาก มีการโฆษณา เช่น ใบปลิว แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยู เป็นต้น และมีการจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคม ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา เจนระฆังทอง (2546) เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่” ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น ส่วนลด มีการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยู นิตยสารรถยนต์ ป้าย และแผ่นพับ เป็นต้น และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น แจกข่าวสารเกี่ยวกับอุปกรณ์ และกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น

#### ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านราคา คือ ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ราคาแพงกว่ายี่ห้ออื่น และมีการให้ผ่อนชำระเป็นงวด ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์รายี่ห้อ ลีออคเทค เอบีที และแคร์บอย ที่ไม่ได้ระบุระดับราคาไว้ในสื่อโฆษณา และประชาสัมพันธ์ต่างๆ

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เมื่อจำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของรถยนต์ และลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านราคา คือ ระดับราคา มากกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อบังคับจ่าย  
 ย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะ / รูปแบบของการกันขโมย เช่น ล็อกเบรก / คัลด์ซ์ ล็อกเกียร์ ล็อก  
 พวงมาลัย เป็นต้น มากกว่าเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อบังคับจ่าย  
 ย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้า มากกว่าเจ้าของ  
 รถยนต์นั่งส่วนบุคคล

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภทสัญญาณกันขโมย  
 ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่าสินค้าแบบอื่น  
 มากกว่าผู้ที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภทอื่นๆ

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภทล็อกพวงมาลัยให้  
 ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะระบบการทำงาน น้อยกว่าผู้ที่เลือกซื้อและ  
 ติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภทอื่นๆ

6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภทล็อกพวงมาลัยให้  
 ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแถมกรมธรรม์ประกันรถหาย น้อย  
 กว่าผู้ที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภทอื่นๆ

7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภทล็อกพวงมาลัยให้  
 ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านกระบวนการ น้อยกว่าผู้ที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภท  
 อื่นๆ

8. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภทล็อกพวงมาลัยให้  
 ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านหลักฐานทางกายภาพ น้อยกว่าผู้ที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมย  
 ประเภทอื่นๆ

#### ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอ  
 เมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์และเสนอแนะ  
 แนวทางให้กับผู้ประกอบการระดับขงต้นในการวางแผนดำเนินงาน และผู้ที่สนใจทั่วไป ดังนี้

##### ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ประกอบการควรฝึกอบรมพนักงานในการติดตั้ง เพื่อให้พนักงานมีความรู้และ  
 ความสามารถในการติดตั้ง โดยไม่ไปทำให้ระบบอื่นของรถขัดข้อง หรือเสียหายได้ และมีการ  
 บริการหลังการขายที่มีมาตรฐาน สามารถแก้ปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างทันที มีความ

รับผิดชอบต่องานที่ลูกค้าได้ซื้อและติดตั้งไปแล้ว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อบริการที่ย่อยด้านกระบวนการ คือ การติดตั้งไม่ส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ภายในรถ การบริการหลังการขาย และเวลาเปิด-ปิด ของสถานที่จำหน่ายและติดตั้ง

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการควรพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความแข็งแรง คงทน ยากต่อการเสียหาย และใช้งานได้ง่าย สะดวก มาบริการลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อบริการที่ย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ เช่น ความแข็งแรง คงทน อายุการใช้งานของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ และความง่ายในการใช้งาน

#### ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ประกอบการควรดูแลและควบคุมให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนในการบริการ ดังนี้

1. คัดเลือกพนักงานที่รักในงานด้านการบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีการสร้างพนักงานมีจิตสำนึกในการบริการ มีการอบรมพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้อให้กับพนักงาน และทำให้พนักงานพร้อมในการให้บริการเพื่อที่จะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกรายด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน
2. พนักงานควรได้รับความรู้ อบรม และการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี เพื่อให้พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการติดตั้ง และพร้อมที่จะให้คำปรึกษาเพิ่มเติมและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้

ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อบริการที่ย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานผู้ขายและให้บริการติดตั้งมีความรู้ ความชำนาญ พนักงานผู้ให้บริการติดตั้งมีความสุภาพในการให้บริการลูกค้า และพนักงานมีความสามารถให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา

#### ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

ผู้ประกอบการควรทำความสะอาดของสถานที่ให้บริการให้มีความสะอาดเรียบร้อย อย่างสม่ำเสมอ มีอุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัยได้มาตรฐาน และจัดสถานที่ให้บริการให้มีความกว้างขวาง มีที่เพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกสบาย และมีความประทับใจ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อบริการที่ย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความสะอาด สถานที่ติดตั้งมีความทันสมัย และสถานที่ติดตั้งของตัวแทนจำหน่ายมีความกว้างขวางเพียงพอต่อลูกค้า



### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการควรมีการบริการที่ดีเพื่อที่จะสะสมชื่อเสียงของกิจการ และควรมีการขายสินค้าระดับยี่ห้ออื่นๆ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการจัดเตรียมพื้นที่ในการจอดรถอย่างเพียงพอ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายและติดตั้ง มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ หาซื้อได้ง่ายตามร้านระดับยี่ห้อทั่วไป สถานที่จัดจำหน่ายมีบริการครบวงจร เช่น มีอุปกรณ์แต่งรถอื่นๆ จัดจำหน่ายโดยตัวแทนผู้จำหน่ายรถยนต์ มีร้านค้าเฉพาะของสินค้า มีตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการควรมีการแนะนำสินค้าใหม่ๆ ให้กับลูกค้าได้รับทราบถึงเทคโนโลยีของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ในปัจจุบัน มีการสาธิตการใช้งานอย่างถูกต้อง รวมถึงมีการลดราคาและมีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์ ให้ลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้งาน และเกิดการซื้อซ้ำในเวลาที่ถูกค้าเปลี่ยนรถใหม่ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้า มีการใช้พนักงานขายสาธิตวิธีการใช้งาน มีการลดราคา และมีการแถมกรมธรรม์ประกันรถยนต์

### ปัจจัยด้านราคา

ผู้ประกอบการควรมีการตรวจสอบคุณภาพของอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับราคาที่ขาย มีการตรวจสอบราคาตลาดรวมถึงราคาของกลุ่มคู่แข่ง เพื่อที่จะสามารถตั้งราคาได้อย่างเหมาะสม เป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับรูปลักษณ์ และคุณภาพ และระดับราคา

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มดังนี้

1. หากกิจการต้องการมุ่งตลาดไปยังกลุ่มผู้ที่เป็นเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ให้เน้นการขายไปในเรื่องของ ลักษณะ / รูปแบบของการกันขโมย เช่น ล็อกเบรก / คลัตช์ ล็อกเกียร์ ล็อกพวงมาลัย เป็นต้น และมีการประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้า เนื่องผู้บริโภคนในกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวมาก ซึ่งอาจเนื่องมาจากในปัจจุบันรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล มีสัดส่วนการถูกรั้วกรกรรมมากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น
2. หากกิจการต้องการมุ่งตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าเพศหญิง ผู้ประกอบการควรแนะนำสินค้าที่มีทรัพย์สินที่มีชื่อเสียง สถานที่ผลิตที่มีคุณภาพต่อลูกค้า และหาซื้อได้ง่ายตามร้านระดับยี่ห้อทั่วไป หรือออกงานแสดงสินค้า เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อ

ปัจจัยย่อย คือ ราคาสินค้าของอุปกรณ์กันขโมย ประเทศเจ้าของราคาสินค้า (ยี่ห้อ) ประเทศผู้ผลิตสินค้า หาซื้อได้ง่ายตามร้านระดับยนต์ทั่วไป และการออกงานแสดงสินค้า

3. หากกิจการต้องการมุ่งตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่ต้องการติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ประเภทสัญญาณกันขโมย ผู้ประกอบการควรนำอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ประเภทสัญญาณกันขโมยที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการกับลูกค้า เช่น มีระบบตรวจจับความเคลื่อนไหว หรือระบบแจ้งเตือนไปยังโทรศัพท์พกพาในขณะที่รถกำลังโดนโจรกรรม เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยประเภทสัญญาณกันขโมยจะให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัย คือ สินค้ามีเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่าสินค้าแบบอื่น

4. หากกิจการต้องการมุ่งตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการควรมีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ และราคาไม่สูงเกินไป เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัย คือ ระดับราคา มากกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า