

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา เสนอข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพหลักเป็นลูกจ้างหรือพนักงานองค์กรเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋งเพียงอย่างเดียว โดยเป็นรถยนต์ที่มีแหล่งผลิตในเอเชีย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเปลี่ยนฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์เมื่อใช้งานแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป เหตุผลในการเปลี่ยนฟิล์มกรองแสง คือ ฟิล์มเก่าเสื่อมสภาพ เช่น สีซีดจาง ภาพที่มองผ่านฟิล์มบิดเบือน เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่จดจำยี่ห้อของฟิล์มกรองแสงได้ และไม่ได้ในจำนวนที่เท่ากัน โดยที่จดจำยี่ห้อฟิล์มกรองแสงได้ จะซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงยี่ห้อสามเอ็ม รวมทั้งรู้จักฟิล์มกรองแสงยี่ห้อที่ซื้อและติดตั้งเนื่องจากร้านค้าเป็นผู้แนะนำ เหตุผลในการเลือกซื้อและติดตั้งคือเพื่อลดความร้อนภายในห้องโดยสาร ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงต่อครั้งระหว่าง 3,001 - 5,000 บาท โดยซื้อและติดตั้งจากร้านอะไหล่ยนต์ ระดับยนต์ เพราะเป็นร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ นอกจากนี้ในกรณีที่ไม่มียี่ห้อที่ต้องการ เจ้าของรถยนต์จะเปลี่ยนไปซื้อฟิล์มกรองแสงยี่ห้ออื่น เนื่องจากมีคุณสมบัติและสีตามต้องการ และเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ด้วยตนเอง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า เจ้าของรถยนต์จัดอันดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ โดยเรียงอันดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 42 สรุประดับความสำคัญโดยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์

จากการศึกษาพบว่าเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จัดอันดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ โดยเรียงอันดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมากที่สุด -คุณภาพฟิล์มกรองแสง -เปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด
2. ด้านราคา	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -ราคาจำหน่าย -ส่วนลด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -สะดวกในการจอดรถ -สะดวกในการเดินทาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	น้อย	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และ แจกของกำนัล เป็นต้น

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุด
5. ด้านบุคคล	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - พนักงานบริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ - พนักงานบริการ ได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี - พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน - พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี - พนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง - สถานที่สะอาด - มีห้องรับรองและห้องน้ำสำหรับลูกค้า - มีน้ำดื่มบริการลูกค้า - มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่าน - เมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว
7. ด้านกระบวนการ	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก - มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน - จัดพื้นที่สะดวกในการเดินชมสินค้า - ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว - มีระบบชำระเงินและออกใบเสร็จรับเงินรวดเร็ว - เวลาเปิด-ปิดของร้าน สะดวกต่อการเลือกซื้อ

จากตารางที่ 42 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ ซึ่งเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของฟิล์มกรองแสง และเปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด ด้านราคา โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาจำหน่ายและส่วนลด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สะดวกในการจอดรถและสะดวกในการเดินทาง ด้านบุคคล โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แก่ พนักงานบริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้

พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง สถานที่สะอาด มีห้องรับรอง ห้องน้ำสำหรับลูกค้า มีน้ำดื่มบริการลูกค้า และมีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงกับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว ด้านกระบวนการ โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แก่ มีตัวอย่างฟิล์มให้เลือก มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน จัดพื้นที่สะดวกในชมสินค้า ติดตั้งรวดเร็ว มีระบบชำระเงินและออกใบเสร็จรวดเร็ว และเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ ซึ่งเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดย ปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถยนต์ ตารางที่ 43 สรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามประเภทรถยนต์

ประเภทรถยนต์	ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุด
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง	ด้านผลิตภัณฑ์	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมากที่สุด -คุณภาพของฟิล์มกรองแสง
	ด้านราคา	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -ราคาจำหน่าย -ส่วนลด
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	น้อย	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -สะดวกในการจอดรถ -สะดวกในการเดินทาง
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น -มีบริการสอบถามข้อมูล

ประเภทรถยนต์	ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุด
	ด้านบุคคล	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - พนักงานบริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ - พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี - พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน - พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี - พนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ
	ด้านลักษณะทางกายภาพ	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง - สถานที่สะอาด - มีห้องรับรองและห้องน้ำสำหรับลูกค้า - มีน้ำดื่มบริการลูกค้า - มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว
	ด้านกระบวนการ	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก - มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน - จัดพื้นที่สะดวกในชมสินค้า - ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว - มีระบบชำระเงินและออกไปเสร็จรับเงินรวดเร็ว - เวลาเปิด-ปิดของร้าน สะดวกต่อการเลือกซื้อ

ประเภทรถยนต์	ปัจจัย	ระดับความสำคัญ โดยรวม	ปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญ สูงสุด
รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล หรือรถกระบะ	ด้านผลิตภัณฑ์	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -คุณภาพของฟิล์มกรองแสง -สีของฟิล์มกรองแสง -เปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด -การรับประกันสินค้า -การบริการหลังการขาย
	ด้านราคา	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -ราคาจำหน่าย -ส่วนลด
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -สะดวกในการจอดรถ -สะดวกในการเดินทาง
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	น้อย	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาและแจกของกำนัล เป็นต้น
	ด้านบุคคล	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -พนักงานบริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ -พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี -พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน -พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี -พนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ
	ด้านลักษณะทางกายภาพ	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก -เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง -สถานที่สะอาด -มีห้องรับรองและห้องน้ำสำหรับลูกค้า -มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่าน -เมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว

ประเภทรถยนต์	ปัจจัย	ระดับความสำคัญ โดยรวม	ปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญ สูงสุด
	ด้านกระบวนการ	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก - มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน - จัดพื้นที่สะดวกในการเดินชมสินค้า - ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว - มีระบบชำระเงินและออกใบเสร็จรับเงินรวดเร็ว - เวลาเปิด-ปิดของร้าน สะดวกต่อการเลือกซื้อ
ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และ รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล	ด้านผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมากที่สุด - คุณภาพฟิล์มกรองแสง - เปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด
	ด้านราคา	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - ราคาจำหน่าย - ส่วนลด
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - ใกล้สถานที่ศึกษา / ที่ทำงาน / ที่พักอาศัย - สะดวกในการจอดรถ - สะดวกในการเดินทาง
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	น้อย	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับน้อย - มีการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร รถยนต์ ป้าย และแผ่นพับ เป็นต้น - มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น - การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น แจงข่าวสารเกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง และกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น - มีบริการสอบถามข้อมูล

ประเภทรถยนต์	ปัจจัย	ระดับความสำคัญ โดยรวม	ปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญ สูงสุด
	ด้านบุคคล	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - พนักงานบริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ - พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรม และมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง เป็นอย่างดี - พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน - พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี - พนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ
	ด้านลักษณะทางกายภาพ	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง - สถานที่สะอาด - มีห้องรับรองและห้องน้ำสำหรับลูกค้า - มีน้ำดื่มบริการลูกค้า - มีการตกแต่งร้านค้าสวยงาม - มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่าน เมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับ รถยนต์เรียบร้อยแล้ว
	ด้านกระบวนการ	มาก	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับมาก - มีตัวอย่างฟิล์มให้เลือก - มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน - จัดพื้นที่สะดวกในชมสินค้า - ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว - มีระบบชำระเงินและออกใบเสร็จรับเงิน รวดเร็ว - เวลาเปิด-ปิดของร้าน สะดวกต่อ การเลือกซื้อ

จากตารางที่ 43 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ จำแนกประเภทรถยนต์ โดยเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋งให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพฟิล์มกรองแสง ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาจำหน่าย

และส่วนลด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สะดวกในการจอดรถ และสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น และมีบริการสอบถามข้อมูล ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานบริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ ด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง สถานที่สะอาด มีห้องรับรองและห้องน้ำสำหรับลูกค้า มีน้ำดื่มบริการลูกค้า และมีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว ด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีตัวอย่าง ฟิล์มกรองแสงให้เลือก มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน จัดพื้นที่สะดวกในชมสินค้า ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว มีระบบชำระเงินและออกใบเสร็จรับเงินรวดเร็ว และเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของฟิล์มกรองแสง สีของฟิล์มกรองแสง เปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด การรับประกันสินค้า และการบริการหลังการขาย ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาจำหน่าย และส่วนลด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สะดวกในการจอดรถ และสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานบริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง สถานที่สะอาด มีห้องรับรองและห้องน้ำสำหรับลูกค้า และมีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสง

สำหรับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว ด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน จัดพื้นที่สะดวกในชมสินค้า ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว มีระบบชำระเงินและออกไปเสร็จรับเงินรวดเร็ว และเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ

เจ้าของรถยนต์ที่ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของฟิล์มกรองแสง และเปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาจำหน่าย และส่วนลด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ใกล้เคียงสถานที่ศึกษา ที่ทำงาน ที่พักอาศัย สะดวกในการจอดรถ และสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร รถยนต์ ป้าย และ แผ่นพับ เป็นต้น มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น แจกข่าวสารเกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง และกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น และมีบริการสอบถามข้อมูล ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานบริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เนื้อที่ร้านค้ำว้างขวาง สถานที่สะอาด มีห้องรับรองและห้องน้ำสำหรับลูกค้า มีน้ำดื่มบริการลูกค้า มีการตกแต่งร้านค้าสวยงามและมีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว ด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน จัดพื้นที่สะดวกในชมสินค้า ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว มีระบบชำระเงินและออกไปเสร็จรับเงินรวดเร็ว และเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการซื้อฟิล์มกรองแสงของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาปัญหาที่เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ประสบในการซื้อฟิล์มกรองแสง พบว่า

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการเลือกซื้อและติดตั้งมากที่สุด คือ ฟิล์มกรองแสง ไม่ได้คุณภาพ เช่น มีฟองอากาศ รอยขีดข่วน ฉีกขาด เป็นต้น ปัญหารองลงมา คือ ไม่มีการรับประกันสินค้า ปัญหาไม่มีบริการหลังการขาย และปัญหามีข้อผิดพลาดของฟิล์มกรองแสงให้เลือกน้อย

ปัญหาด้านราคาฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการเลือกซื้อและติดตั้งมากที่สุดคือ ราคาจำหน่ายสูง ปัญหารองลงมาคือ ไม่มีส่วนลดหรือการลดราคา ปัญหาร้านค้ามีวิธีการชำระเงินให้เลือกน้อย เช่น รับเฉพาะเงินสดและปัญหาระยะเวลา การชำระเงินหรือให้เครดิตสั้น

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการเลือกซื้อและติดตั้งมากที่สุดคือ ร้านค้าอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการจอดรถ ปัญหารองลงมาคือ ร้านค้าอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ปัญหาร้านค้าใกล้สถานที่ศึกษา ที่ทำงาน ที่พักอาศัย และปัญหาร้านค้าไม่มีระบบสมาชิก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการเลือกซื้อและติดตั้งมากที่สุดคือ มีการโฆษณาไม่ตรงกับความเป็นจริง ปัญหารองลงมาคือ การให้ข่าวสารต่างๆ ไม่ต่อเนื่อง ไม่ชัดเจน ปัญหาร้านค้าไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล และปัญหาไม่มีบริการสอบถามข้อมูล

ปัญหาด้านบุคคลที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์มากที่สุดคือ พนักงานบริการ ไม่ได้รับการฝึกอบรมไม่มีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง และปัญหาพนักงานบริการไม่มีความชำนาญในงาน ปัญหารองลงมาคือ พนักงานบริการไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาพนักงานบริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์ และปัญหาพนักงานบริการมีจำนวนไม่เพียงพอ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์มากที่สุดคือ ร้านค้าไม่มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงเรียบร้อยแล้ว ปัญหารองลงมาคือ เนื้อที่ร้านค้าคับแคบ และปัญหาบริเวณร้านค้าไม่สะอาดและไม่เป็นระเบียบ

ปัญหาด้านกระบวนการที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์มากที่สุดคือ ร้านค้าไม่มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ปัญหารองลงมาคือ ร้านค้าไม่มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก และปัญหาการติดตั้งฟิล์มกรองแสงล่าช้า

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 องค์ประกอบ (7P's) โดยจากการเปรียบเทียบผลการศึกษาที่ได้ดังนี้

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

พบว่าปัจจัยต่างๆตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 องค์ประกอบ (7P's) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทุกปัจจัยโดยพบว่าปัจจัยต่างๆเรียงอันดับความสำคัญดังนี้ ปัจจัยที่เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญมากโดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่สองคือ ปัจจัยด้านราคา อันดับที่สามคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ อันดับทีสี่คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับทีห้าคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับทีหกคือ ปัจจัยด้านบุคคล อันดับทีเจ็ดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เป็นสิ่งที่นำเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยใน ระดับความสำคัญสูงมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ คุณภาพของฟิล์มกรองแสงและเปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ รสขงพร โกลมเสวินและคณะ ที่ศึกษาเรื่อง “ ความคิดเห็นของผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีต่อการบังคับใช้ฟิล์มกรองแสงที่มีความเข้มไม่เกิน 50% ” ซึ่งพบว่าทัศนคติของผู้ขับขี่รถยนต์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าฟิล์มกรองแสงจำเป็นต่อการขับขี่รถยนต์ และใช้วิจารณ์ญาณ ในการเลือกใช้ระดับความเข้มของฟิล์มกรองแสงตามวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับบทความของ พงษ์ เรื่อง “ คลายร้อนด้วยกระจกและฟิล์มกรองแสง ” สรุปได้ว่า การป้องกันแสงแดดและลดความร้อนจากแสงอาทิตย์สามารถเลือกใช้วิธีการติดตั้งฟิล์มกรองแสง ซึ่งมีคุณสมบัติในการลดความร้อนที่เข้ามาในอาคารได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ ที่พบว่าเหตุผลในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์คือเพื่อลดความร้อนภายในห้องโดยสาร และปัญหาที่พบมากที่สุดในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์คือฟิล์มกรองแสงไม่ได้คุณภาพ เช่น มีฟองอากาศ รอยขีดข่วน ฉีกขาด เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา

ราคาเป็นต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ รวมถึงเวลา จากการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อฟิล์มกรองแสง สำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ได้แก่ ราคาจำหน่าย และส่วนลด ผลการศึกษาสอดคล้องกับบทความของพจน์ เรื่อง “ คลายร้อนด้วยกระจกและฟิล์มกรองแสง ” ของ พจน์ สรุปได้ว่า ข้อเสียของการเลือกใช้วิธีการติดตั้งฟิล์มกรองแสงเพื่อลดความร้อนจากแสงอาทิตย์ได้โดยไม่ต้องปรับเปลี่ยนกระจกเป็นแบบกันความร้อนคือ มีราคาสูง ซึ่งสอดคล้องการศึกษาค้นคว้าที่พบว่าปัญหาที่พบบ่อยมากที่สุดในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์คือ ราคาจำหน่ายสูง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อผู้บริโภคจะได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่างๆและทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ จากการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สะดวกในการจอดรถ และสะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์คือ ร้านค้าอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการจอดรถ ปัญหารองลงมาคือ ร้านค้าอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย จากการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อฟิล์มกรองแสง สำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น นอกจากนี้ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์คือ มีการโฆษณาไม่ตรงกับความเป็นจริง ปัญหารองลงมาคือ การให้ข่าวสารต่างๆไม่ต่อเนื่อง ไม่ชัดเจน

ปัจจัยด้านบุคคล

การเลือก การฝึกอบรมและการจูงใจพนักงาน เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าพอใจเป็นอย่างมาก จากการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานบริการแต่งกายสุภาพและพูดจาสุภาพ

พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ นอกจากนี้ปัญหาที่พบมากที่สุดในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์คือพนักงานบริการไม่ได้รับการฝึกอบรมไม่มีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง และปัญหาพนักงานบริการไม่มีความชำนาญในงาน ปัญหารองลงมาคือ พนักงานบริการไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

เป็นการแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นคุณค่าของบริการที่ส่งมอบ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง สถานที่สะอาด มีห้องรับรอง ห้องน้ำสำหรับลูกค้า มีน้ำดื่มบริการลูกค้า และมีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงกับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ปัญหาที่พบมากที่สุดในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์คือ ร้านค้าไม่มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงเรียบร้อยแล้ว ปัญหารองลงมาคือ เนื้อที่ร้านค้าคับแคบ

ปัจจัยด้านกระบวนการ

เป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่าง จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน จัดพื้นที่ร้านค้าสะดวกในการเดินชมสินค้า ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว มีระบบชำระเงินและออกใบเสร็จรับเงินรวดเร็ว และเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ นอกจากนี้ปัญหาที่พบมากที่สุดในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์คือ ร้านค้าไม่มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ปัญหารองลงมาคือ ร้านค้าไม่มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก

จากทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 องค์ประกอบ (7P's) ดังกล่าว สามารถพิจารณาได้ว่าการตลาดบริการประกอบไปด้วยการตลาด 3 ประเภท คือ

1. External Marketing เป็นเป็นตลาดที่เกี่ยวกับภายนอก ซึ่งเป็นงานที่บริษัทต้องกระทำตามปกติ เพื่อเตรียมผลิตภัณฑ์หรือบริการ(Product) ราคา(Price) การจัดหน้าขาย(Place) และการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ให้กับตัวผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อส่งให้กับลูกค้า จากการศึกษาพบว่า

เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

2. Internal Marketing เป็นการดำเนินงานภายใน โดยบริษัทจะทำการฝึกอบรมและจูงใจพนักงาน(People) เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า จากการศึกษาพบว่า เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล

3. Interactive Marketing เป็นเรื่องเกี่ยวกับความชำนาญของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพทางเทคนิค(Technical Quality) เช่น การมีเครื่องมือที่ทันสมัย และด้านคุณภาพจากหน้าที่ของการบริการ(Functional Quality)คือ มีบุคคล(People) ที่ชำนาญงานและมีความสามารถคอยให้บริการ โดยลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Processes) จากการศึกษาพบว่าเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

จากข้อมูลองค์ประกอบทั้ง 3 ประเภทข้างต้น ผู้ประกอบการฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์จึงควรคำนึงถึงในการดำเนินกิจการ

ข้อค้นพบ

จากการจำแนกเจ้าของรถยนต์ตามประเภทรถยนต์ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ทุกประเภทในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของฟิล์มกรองแสง โดยเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง และเจ้าของทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่ปัจจัยย่อยระดับรองลงที่เจ้าของรถยนต์ทุกประเภทให้ความสำคัญคือ เปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด โดยเจ้าของทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง และเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะให้ความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ทุกประเภทในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น โดยเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง และเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนเจ้าของทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่ปัจจัยย่อยระดับรองลงที่เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง ให้ความสำคัญคือ มีบริการสอบถามข้อมูล โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยระดับรองลงที่

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ และเจ้าของทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญคือ มีการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร รถยนต์ ป้าย และ แผ่นพับ เป็นต้น และมีบริการสอบถามข้อมูล โดยให้ความสำคัญในระดับน้อยเท่ากัน

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ และเสนอแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจฟิล์มกรองแสง รวมถึงผู้สนใจที่จะดำเนินธุรกิจนี้ ได้ใช้เป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

จากการศึกษาปัญหาที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ พบว่าเจ้าของรถยนต์ประสบปัญหาในทุกปัจจัย โดยส่วนมากประสบปัญหาในเรื่องราคาจำหน่ายสูง ฟิล์มกรองแสงไม่ได้คุณภาพ เช่น มีฟองอากาศ รอยขีดข่วน ฉีกขาด เป็นต้น ร้านค้าอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการจอดรถ ไม่มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ไม่มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่าน เมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงกับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว มีการโฆษณาไม่ตรงกับความจริง พนักงานบริการไม่ได้รับการฝึกอบรมและไม่มีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง และพนักงานบริการไม่มีความชำนาญในงาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงองค์ประกอบตลาดบริการทั้ง 3 ประเภท โดย External Marketing ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาจำหน่ายที่ยุติธรรม สมเหตุสมผล เหมาะกับสถานะเศรษฐกิจ โดยผู้ประกอบการควรพิจารณาด้านต้นทุนของฟิล์มกรองแสงและต้นทุนการติดตั้งประกอบการพิจารณา เช่น การตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งเพื่อสร้างความแตกต่าง ควรใช้ฟิล์มกรองแสงที่มีคุณภาพ ตรงตามโฆษณาและตามที่ตกลงกับลูกค้า มีใบรับประกันเพื่อรับรองในด้านคุณภาพและการบริการ รวมถึงอยู่ในทำเลที่สะดวกในการรับรถเพื่อให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี Internal Marketing ผู้ประกอบการควรให้การฝึกอบรมทั้งความรู้และทักษะในการติดตั้งฟิล์มกรองแสง เพื่อให้พนักงานพร้อมให้บริการที่ประทับใจแก่ลูกค้า Interactive Marketing ผู้ประกอบการควรมีเครื่องมือที่ทันสมัย เช่น เครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่าน เมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงกับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว เพื่อแสดงถึงคุณภาพทางเทคนิค และมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน เพื่อแสดงถึงความจริงใจและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า อีกทั้งใช้ในการประกอบการตัดสินใจซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ คุณภาพของฟิล์มกรองแสง เปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด การรับประกันสินค้า

การบริการหลังการขาย สีของฟิล์มกรองแสง ร้านค้ามีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ ยี่ห้อของฟิล์มกรองแสงเป็นที่รู้จัก และร้านค้ามีบริการครบวงจร ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกฟิล์มกรองแสงที่มีคุณภาพ คุณสมบัติ สี การรับประกันตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการตรวจสอบฟิล์มกรองแสงก่อนนำมาติดตั้งและเน้นการบริการหลังการขายมากขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าและสร้างลูกค้าประจำ

ปัจจัยด้านราคา เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ราคาจำหน่าย ส่วนลด และวิธีการชำระเงิน ดังนั้นผู้ประกอบการควรติดตามราคาตลาดและราคารู้แข่ง โดยมีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ เพื่อสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพควบคู่กับการให้บริการเหนือคู่แข่ง

ปัจจัยด้านกระบวนการ เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ร้านค้ามีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก ร้านค้ามีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ร้านค้าติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว มีการจัดพื้นที่ร้านค้าที่สะดวกต่อการเดินชมสินค้า เวลาเปิด-ปิดร้านค้าสะดวกต่อการเลือกซื้อ และร้านค้ามีระบบการชำระเงินและออกใบเสร็จรับเงินรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการพัฒนากระบวนการบริหารพื้นที่และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ร้านค้ามีการส่งเสริมการขาย มีบริการสอบถามข้อมูลและ มีการโฆษณา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด การแจกของกำนัล ร่วมกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยสร้างฐานข้อมูลลูกค้า มีการติดตามผลหลังให้บริการร่วมกับการบริการสอบถามข้อมูล เพื่อสร้างลูกค้าในระยะยาว

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ร้านค้าสะดวกในการจอดรถ ร้านค้าสะดวกในการเดินทาง และใกล้สถานที่ศึกษา ที่ทำงาน ที่พักอาศัย ดังนั้น ผู้ผลิตควรมีการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะร้านอะไหล่และระดับยนต์ ร้านควรอยู่ในทำเลที่มีระบบการคมนาคมที่ดี สะดวกในการเดินทางและจอดรถ อีกทั้งมีการบริหารสินค้าคงคลังที่ดี เพื่อไม่ให้เกิดสินค้าขาดสต็อก เนื่องจากลูกค้าอาจเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นได้ โดยเฉพาะเมื่อมียี่ห้ออื่นที่มีคุณสมบัติ สี ตามที่ลูกค้าต้องการ

ปัจจัยด้านบุคคล เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ และพนักงานบริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคัดเลือกพนักงานที่มีใจรัก

งานบริการ และมีการพัฒนาโดยมีการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความรู้ พร้อมให้บริการ แก่ลูกค้า สร้างความประทับใจ และเป็นร้านที่ลูกค้าใช้บริการประจำ ทำให้สร้างชื่อได้เปรียบในการ แข่งขัน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ในทุกด้าน ได้แก่ ร้านค้ามีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงเรียบร้อยแล้ว สถานที่ของร้านค้าสะอาด ร้านค้ามีห้องรับรองและห้องน้ำสำหรับลูกค้า เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง และร้านค้ามีน้ำดื่มบริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของร้าน โดยมีการจัด สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มาให้บริการ โดยเฉพาะเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่าน ซึ่งมีร้านค้า นำมาใช้ไม่มากนัก ซึ่งเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญมาก ทำให้เกิดคุณภาพบริการที่ลูกค้าสัมผัสได้