

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพนักงันสนิมรถยนต์ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพนักงันสนิมรถยนต์ ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีรถยนต์ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และเป็นผู้ตัดสินใจใช้บริการพนักงันสนิมรถยนต์ จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ 3 ส่วน ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส อาศัยอยู่ใน อ.เมือง จ.สมุทรสาคร ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวท. มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทรถยนต์ และความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นของประเภทน้ำยาที่ใช้พนักงันสนิมรถยนต์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ รถปีคอัพ มากที่สุด ร้อยละ 62.0 รองลงมาได้แก่ รถเก๋ง ร้อยละ 46.7 รถตู้ ร้อยละ 3.3 และรถบรรทุก (ตั้งแต่ 6 ล้อขึ้นไป) ร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักหรือเคยได้ยินน้ำยาพนักงันสนิมรถยนต์ ยี่ห้อ ท็อป-โคท ไดนอล มากที่สุด ร้อยละ 57.3 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อพรีเมียม ร้อยละ 162 ยี่ห้อคาบูลแลค ร้อยละ 50.7 และยี่ห้ออื่นๆ (ยี่ห้อ 3M) ร้อยละ 0.3

##### เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการศูนย์บริการพนักงันสนิมรถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกเหตุผลที่ใช้บริการศูนย์บริการพนักงันสนิมรถยนต์ เพราะ ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จัก ร้อยละ 51.3 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ได้รับการพนักงัน

สนิมจากศูนย์รถยนต์ตอนที่ซื้อรถยนต์คันใหม่ ร้อยละ 44.7 ศูนย์บริการอยู่ใกล้บ้าน ร้อยละ 39.3 ขึ้นชอบคุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม ร้อยละ 23.7 ขึ้นชอบบริการของศูนย์บริการพ่นกันสนิม ร้อยละ 17.3 ทราบจากสื่อโฆษณา เช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ ร้อยละ 7.0 ราคาถูก ร้อยละ 2.3 ไม่พึงพอใจยี่ห้อเดิม ร้อยละ 0.7

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละปัจจัยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 และมีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังแสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.76 (มาก)	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	3.99 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.47 (ปานกลาง)	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.73 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.87 (มาก)	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	3.96 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58 (มาก)	มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป	3.80 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.86 (มาก)	มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม	3.94 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.88 (มาก)	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.02 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.87 (มาก)	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผลการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม

ผลการศึกษาปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวม อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน ค่าบริการมีความเหมาะสม

ผลการศึกษาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย

ผลการศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป

ผลการศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม

ผลการศึกษาปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี

ผลการศึกษาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย

เมื่อนำปัจจัยย่อยมาจัดลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า มีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพนักสนิมรถยนต์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ส่วนประสมการตลาดบริการ
1	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ น้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.02 (มาก)	ปัจจัยด้านบุคลากร
2	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	3.99 (มาก)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
3	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	3.97 (มาก)	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ
4	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	3.96 (มาก)	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
5	มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม	3.94 (มาก)	ปัจจัยด้านกระบวนการ
6	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย	3.93 (มาก)	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ
7	พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส	3.92 (มาก)	ปัจจัยด้านบุคลากร
8	ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ	3.91 (มาก)	ปัจจัยด้านกระบวนการ
9	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ	3.91 (มาก)	ปัจจัยด้านบุคลากร
10	ตำแหน่งการพ่นกันสนิมที่ตัวรถยนต์	3.88 (มาก)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ

#### 1) จำแนกตามเพศ

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ จำแนกตามเพศ พบว่า มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	4.04	มาก
	หญิง	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	3.87	มาก
ปัจจัยด้านราคา	ชาย	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.76	มาก
	หญิง	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.66	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ชาย	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	3.99	มาก
	หญิง	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	3.90	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป	3.83	มาก
	หญิง	มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป	3.74	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ชาย	ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ	3.94	มาก
	หญิง	มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม	4.00	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร	ชาย	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.04	มาก
	หญิง	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	3.99	มาก
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ชาย	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	3.99	มาก
	หญิง	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	3.94	มาก

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ค่าบริการมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญ

ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย

## 2) จำแนกตามอายุ

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ จำแนกตามอายุ พบว่า มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ	อายุ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 20 ปี	ชื่อตราชื่อของน้ำยาพ่นกันสนิม	4.00	มาก
		รูปลักษณะภายนอกของศูนย์บริการ	4.00	มาก
	21-30 ปี	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	3.85	มาก
	31-40 ปี	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	4.05	มาก
	41-50 ปี	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	4.10	มาก
	51 ปีขึ้นไป	มีการรับประกันหลังใช้บริการ	3.93	มาก
ปัจจัยด้านราคา	ไม่เกิน 20 ปี	มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	4.00	มาก
	21-30 ปี	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.67	มาก
	31-40 ปี	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.73	มาก
	41-50 ปี	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.81	มาก
	51 ปีขึ้นไป	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.70	มาก



ปัจจัยย่อยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	ไม่เกิน 20 ปี	ศูนย์บริการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก	3.88	มาก
		สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	3.88	มาก
	21-30 ปี	ความมีชื่อเสียงของศูนย์บริการ	3.86	มาก
	31-40 ปี	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	4.03	มาก
	41-50 ปี	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	3.97	มาก
51 ปีขึ้นไป	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	4.04	มาก	
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ไม่เกิน 20 ปี	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	4.25	มาก
		มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป	4.25	มาก
	21-30 ปี	การแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงาน	3.71	มาก
	31-40 ปี	มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป	3.86	มาก
	41-50 ปี	มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป	3.82	มาก
51 ปีขึ้นไป	การแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงาน	3.74	มาก	
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ไม่เกิน 20 ปี	ความรวดเร็วในการให้บริการด้านข้อมูล	4.25	มาก
	21-30 ปี	มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม	3.90	มาก
	31-40 ปี	มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม	3.98	มาก
		ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ	3.98	มาก
	41-50 ปี	ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ	3.96	มาก
51 ปีขึ้นไป	ความรวดเร็วในการให้บริการด้านข้อมูล	3.93	มาก	
ปัจจัยด้านบุคลากร	ไม่เกิน 20 ปี	พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายสุภาพ	4.12	มาก
		พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.12	มาก
		พนักงานมีความขยันหมั่นแหม่ง	4.12	มาก
	21-30 ปี	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.03	มาก
	31-40 ปี	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.08	มาก
	41-50 ปี	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.00	มาก
	51 ปีขึ้นไป	พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายสุภาพ	3.81	มาก
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี		3.81	มาก	
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ		3.81	มาก	
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ไม่เกิน 20 ปี	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	4.25	มาก
	21-30 ปี	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	3.90	มาก
	31-40 ปี	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	3.97	มาก
		อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย	3.97	มาก
	41-50 ปี	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	4.03	มาก
51 ปีขึ้นไป	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	3.96	มาก	

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ชื่อตราหือของน้ำยาพ่นกันสนิม และรูปผลิตภัณฑ์

ภายนอกของศูนย์บริการ อายุ 21-30 ปี, อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการรับประกันหลังใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด อายุ 21-30 ปี, อายุ 31-40 ปี, อายุ 41-50 ปี และอายุ 51 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ค่าบริการมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ศูนย์บริการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก และสามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย อายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ความมีชื่อเสียงของศูนย์บริการ อายุ 31-40 ปี, อายุ 41-50 ปี และอายุ 51 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และมีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป อายุ 21-30 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน การแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงาน อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ความรวดเร็วในการให้บริการด้านข้อมูล อายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม และความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายสุภาพ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี และพนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส อายุ 21-30 ปี, อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี อายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายสุภาพ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ



ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี, อายุ 21-30 ปี, อายุ 41-50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย ส่วนอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย และ อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย

### 3) จำแนกตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพนักสนิมรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพนักงันสนิมรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน/นักศึกษา	รูปลักษณ์ภายนอกของศูนย์บริการ	3.89	มาก
		ห้องพักรับรองลูกค้าในศูนย์บริการ	3.89	มาก
	พนักงานบริษัทเอกชน	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	3.88	มาก
		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	4.27
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม	4.05	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	ตำแหน่งการพ่นกันสนิมที่ตัวรถยนต์	4.25	มาก
อื่นๆ(รับจ้างขับรถ, นายหน้าที่ดิน)	มีการรับประกันหลังใช้บริการ	4.20	มาก	
	ตำแหน่งการพ่นกันสนิมที่ตัวรถยนต์	4.20	มาก	
ปัจจัยด้านราคา	นักเรียน/นักศึกษา	มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	3.78	มาก
		พนักงานบริษัทเอกชน	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.70
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.92	มาก
		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.71
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	ค่าบริการมีความเหมาะสม	4.12	มาก
	อื่นๆ(รับจ้างขับรถ, นายหน้าที่ดิน)	ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.40	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	นักเรียน/นักศึกษา	ศูนย์บริการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก	3.89	มาก
		พนักงานบริษัทเอกชน	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	3.82
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	4.24	มาก
		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	4.01
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย	4.38	มาก
	อื่นๆ(รับจ้างขับรถ, นายหน้าที่ดิน)	ศูนย์บริการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก	4.20	มาก
สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย		4.20	มาก	
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียน/นักศึกษา	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.78	มาก
		มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการ ในครั้งต่อไป	3.78	มาก
	พนักงานบริษัทเอกชน	มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการ ในครั้งต่อไป	3.84	มาก
		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	การแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงาน	4.00
	มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการ ในครั้งต่อไป		4.00	มาก
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการ ในครั้งต่อไป	3.70	มาก
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารสม่ำเสมอ	4.00	มาก	
อื่นๆ(รับจ้างขับรถ, นายหน้าที่ดิน)	การแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงาน	3.40	ปานกลาง	
	มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการ ในครั้งต่อไป	3.40	ปานกลาง	

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ปัจจัยด้านกระบวนการ	นักเรียน/นักศึกษา	ความรวดเร็วในการให้บริการด้านข้อมูล	3.78	มาก	
		มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม	3.78	มาก	
		ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ	3.78	มาก	
	พนักงานบริษัทเอกชน	มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม	3.92	มาก	
		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ	4.19	มาก
		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม	3.93	มาก
		พ่อบ้าน/แม่บ้าน	ความรวดเร็วในการปฏิบัติงานพ่นกันสนิม	4.00	มาก
		อื่นๆ(รับจ้างขับรถ, นายหน้าที่ดิน)	ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ	4.40	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.00	มาก	
		พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	3.99	มาก
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.14	มาก	
		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.01	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.12	มาก	
		พนักงานมีความอึดอ้มแถมใส่	4.12	มาก	
	อื่นๆ(รับจ้างขับรถ, นายหน้าที่ดิน)	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี	4.20	มาก	
		พนักงานมีความอึดอ้มแถมใส่	4.20	มาก	
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	นักเรียน/นักศึกษา	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	4.00	มาก	
		พนักงานบริษัทเอกชน	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	3.89	มาก
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	4.27	มาก	
		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	3.93	มาก
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	4.12	มาก	
		อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย	4.12	มาก	
	อื่นๆ(รับจ้างขับรถ, นายหน้าที่ดิน)	อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย	4.60	มากที่สุด	
		อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย	4.60	มากที่สุด	
มีหนังสือรับประกันป้องกันสนิมรถยนต์		4.60	มากที่สุด		
มีหนังสือบันทึกตรวจสภาพในแต่ละครั้ง		4.60	มากที่สุด		

จากตารางที่ 5.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน รูปลักษณ์ภายนอกของศูนย์บริการ และห้องพัก รับรองลูกค้าในศูนย์บริการ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน คุณภาพของน้ำยา ฟันกันสนิม อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ตำแหน่งการ ฟันกันสนิมที่ตัวรถยนต์ และอาชีพอื่นๆ (รับจ้างขับรถ, รับจ้างนายหน้าที่ดิน) ให้ความสำคัญใน ระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการรับประกันหลังใช้บริการ และตำแหน่งการฟันกันสนิมที่ตัว รถยนต์

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญใน ระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน และ อาชีพอื่นๆ (รับจ้างขับรถ, รับจ้างนายหน้าที่ดิน) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ค่าบริการมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ศูนย์บริการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ ง่าย และอาชีพอื่นๆ (รับจ้างขับรถ, รับจ้างนายหน้าที่ดิน) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัย ย่อยด้าน สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย และศูนย์บริการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และมีการ แข็งเดือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการแจ้งเดือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน การแนะนำและ ให้ข้อมูลจากพนักงาน และมีการแจ้งเดือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารสม่ำเสมอ อาชีพอื่นๆ (รับจ้างขับรถ, รับจ้างนายหน้าที่ดิน) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน การแนะนำ และให้ข้อมูลจากพนักงาน และมีการแจ้งเดือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ความรวดเร็วในการให้บริการด้านข้อมูล มีการอธิบาย

ขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม และความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับ ปัจจัยย่อยด้าน มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่นๆ (รับจ้างขับรถ, รับจ้างนายหน้าที่ดิน) ให้ความสำคัญในระดับ มากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน ความรวดเร็วในการปฏิบัติงานพ่นกันสนิม

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกัน สนิมเป็นอย่างดี อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน และอาชีพอื่นๆ (รับจ้างขับรถ, รับจ้างนายหน้าที่ดิน) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกัน สนิมเป็นอย่างดี และพนักงานมีความขี้มขี้มแจ่มใส

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย และอุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย อาชีพอื่นๆ(รับจ้างขับรถ, รับจ้างนายหน้าที่ดิน) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย มีหนังสือบันทึกตรวจสอบสภาพในแต่ละครั้ง มี หนังสือรับประกันป้องกันสนิมรถยนต์

## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัด สมุทรสาคร ในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ โดยใช้ทฤษฎีและแนวคิดปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญใน 10 ลำดับแรก สำหรับกิจการศูนย์บริการพ่นกันสนิม รถยนต์ ได้แก่

- 1) พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี (ปัจจัย ด้านบุคลากร)
- 2) คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์)

- 3) อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย (ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ)
- 4) สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย (ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย)
- 5) มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มปฏิบัติงาน (ปัจจัยด้านกระบวนการ)
- 6) อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย (ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ)
- 7) พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส (ปัจจัยด้านบุคลากร)
- 8) ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ (ปัจจัยด้านกระบวนการ)
- 9) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ปัจจัยด้านบุคลากร)
- 10) ตำแหน่งการพ่นกันสนิมที่ตัวรถยนต์ (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์)

แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน และเป็นแรงจูงใจให้เกิดผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้า หรือบริการ ดังนั้น หากผู้ประกอบการศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์สามารถรักษามาตรฐานการให้บริการ และมีการพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ ก็จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ได้เช่นกัน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมมีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านราคามีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กิจพงษ์ อินโด (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด แต่ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ



ปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วรยุทธ มาลากรอง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการรถบรรทุก ในการเลือกใช้บริการ ของอุเคะพันธ์ในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ด้าน บุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านราคา แต่ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางแทน และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิศณุ แสงยาแก้ว (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อม รถยนต์ในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ด้านราคา และด้านสถานที่ แต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใน ระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรก คือ คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรยุทธ มาลากรอง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้ประกอบการรถบรรทุกในการเลือกใช้บริการของอุเคะพันธ์ในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ผลการ ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ คุณภาพของงานเคาะพ่น สี แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูก ค้าในจังหวัดพะเยา ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้ายให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิศณุ แสงยาแก้ว (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อม รถยนต์ในจังหวัดเชียงราย ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรก คือ สภาพรถยนต์ภายหลังการซ่อมเสร็จสามารถใช้งานได้ดี

**ปัจจัยด้านราคา** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อย ในระดับมากลำดับแรก คือ ค่าบริการมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กิจรพงษ์ อิน โต (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ใน การเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบ สอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม แต่ไม่สอดคล้องกับ การศึกษาของวรยุทธ มาลากรอง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจของผู้ประกอบการรถบรรทุก ในการเลือกใช้บริการของอุเคะพันธ์ในจังหวัด

สมุทรสาคร ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ มีการกำหนดราคาค่าบริการที่ชัดเจน และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิศณุ แปงยาแก้ว (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดเชียงราย ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ความเหมาะสมของค่าแรงกับคุณภาพของงาน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรก คือ สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรยุทธ์ มาลากรอง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการรถบรรทุก ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสี ในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อบริการผ่านทางโทรศัพท์ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกิจรพงษ์ อินโต (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิศณุ แปงยาแก้ว (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดเชียงราย ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะรอการซ่อม

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรก คือ มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกิจรพงษ์ อินโต (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ที่ผลการ ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ การจัด package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรยุทธ์ มาลากรอง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการรถบรรทุก ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ มีส่วนลดสำหรับผู้ใช้บริการเป็นประจำ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิศณุ แปงยาแก้ว (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดเชียงราย ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้บริการซ่อม

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพนักสนิม ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกิจพงษ์ อินโต (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ที่ผลการ ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการให้ข้อมูล และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรยุทธ์ มาลากรอง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการรถบรรทุก ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการเคาะพ่นสี

**ปัจจัยด้านบุคลากร** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกิจพงษ์ อินโต (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ที่ผลการ ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ และสอดคล้องกับการศึกษาของวรยุทธ์ มาลากรอง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการรถบรรทุก ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้และความชำนาญเกี่ยวกับการเคาะพ่นสี

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกิจพงษ์ อินโต (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ที่ผลการ ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรยุทธ์ มาลากรอง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการรถบรรทุก ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถที่เข้ามารับบริการ

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพนักงันสนิมรถยนต์ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด 10 ลำดับแรก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านบุคลากรเป็นจำนวนมากที่สุด มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี พนักงานมีความขี้มเข็มแจ่มใส และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน ได้แก่ คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิมและตำแหน่งการพ่นกันสนิมที่ตัวรถยนต์ ปัจจัยด้านกระบวนการ 2 ด้าน ได้แก่ มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม และความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 2 ด้าน ได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย และอุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเพียง 1 ด้าน คือ สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย แต่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดใน 10 ลำดับแรก
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง ที่มีอายุ 41-50 ปี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่อง คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม
3. ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าบริการมีความเหมาะสม แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องการมีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด
4. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องสามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย มากที่สุด
5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยคือ มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่อง การแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงาน มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป และมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารสม่ำเสมอ
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก คือ

มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความรวดเร็วในการให้บริการด้านข้อมูล เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ

7. ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ในระดับมาก คือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี แต่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ (รับจ้างขับรถ รับจ้างนายหน้าที่ดิน) ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี และพนักงานมีความขยันขันแข็ง

8. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์มากที่สุด คือ อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย แต่ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ (รับจ้างขับรถ รับจ้างนายหน้าที่ดิน) ให้ความสำคัญในเรื่อง อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย มีหนังสือรับประกันป้องกันสนิมรถยนต์ และมีหนังสือบันทึกตรวจสภาพในแต่ละครั้งมากที่สุด

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในเขต อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร มีจำนวนน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังสามารถเพิ่มกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มลูกค้าในเขตนี้ได้อีกมาก เพราะเขต อ.กระทุ่มแบน ได้ชื่อว่าเป็นเขตอุตสาหกรรมที่มีโรงงานต่าง ๆ ตั้งอยู่มากที่สุดใน จ.สมุทรสาคร อีกทั้งมีรถบรรทุก (ตั้งแต่ 6 ล้อขึ้นไป) ใช้เป็นจำนวนมากในเขตนี้ เพราะใช้ในการขนส่งสินค้าไปยังที่ต่างๆ ดังนั้นผู้ประกอบการศูนย์บริการพ่นกันสนิมควรรหาช่องทางตลาดและเพิ่มกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มจำนวนกลุ่มลูกค้าที่ยังมีศักยภาพจากเขตนี้ให้มากขึ้น โดยการส่งพนักงานฝ่ายขายเข้าไปนำเสนอข้อดีและจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ตนเอง อีกทั้งเสนอโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกเหตุผลที่ใช้บริการศูนย์บริการพ่นกันสนิม



รถยนต์มากที่สุด คือ ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จัก เพราะหากสร้างการรับรู้ได้มาก จะช่วยเพิ่มฐานลูกค้าได้มากเช่นกัน

2. จากการนำปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด 10 ลำดับแรก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านบุคลากรเป็นจำนวนมากที่สุด มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นย้ำและเพิ่มศักยภาพด้านบุคลากรต่อไป เช่น พัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานทั้งใหม่และเก่า โดยมีการฝึกอบรมทุกๆ 6 เดือน ทั้งในและนอกสถานที่ ควบคุมการปฏิบัติงานและบุคลิกภาพของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ สร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจในการทำงานต่อพนักงานทุกคน เช่น ภายใน 1 เดือนหากพนักงานไม่เคยขาดงานจะได้เพิ่มค่าแรงพิเศษ เรียกว่า เบี้ยขยัน และหากพนักงานคนนั้นบริการดี ได้รับการโหวตจากผู้ใช้บริการ จะได้รับการยกย่องเป็นพนักงานดีเด่นแห่งปี เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่อง คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและนำเสนอกลยุทธ์โดยเน้นในเรื่องคุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม โดยต่อยอดถึงข้อดีและจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ตนเองที่แตกต่างและดีกว่าคู่แข่งในเรื่องใดบ้าง เช่น อายุของน้ำยาพ่นกันสนิมนานกว่าของคู่แข่ง กลิ่นน้ำยาไม่ฉุน น้ำยาทนต่อทุกสภาพอากาศ เป็นต้น อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงปัจจัยย่อยด้านอื่นๆที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก รองลงมา ได้แก่ ตำแหน่งการพ่นกันสนิมที่ตัวรถยนต์ การรับประกันหลังใช้บริการ ชื่อตราหือของน้ำยาพ่นกันสนิม รูปลักษณ์ภายนอกของศูนย์บริการ ขนาดของศูนย์บริการ การตกแต่งภายในศูนย์บริการ และห้องพักรับรองลูกค้าในศูนย์บริการ

4. ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ที่ให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าบริการมีความเหมาะสม เพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีครอบครัวจะคำนึงเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการต้องนำเสนอกลยุทธ์ราคาในกลุ่มเป้าหมายรู้สึกเกิดความคุ้มค่ามากที่สุดและยินดีจ่าย โดยชี้แจงถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานและคุณภาพของน้ำยาที่ใช้ โดยสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้อย่างชัดเจนและตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ว่าร่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพอย่างไร อีกทั้งมีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด เพื่อกระตุ้นลูกค้าให้เกิดการตัดสินใจได้เร็วและง่ายขึ้น และควรมีการทำรายการราคาค่าบริการมาตรฐานเพื่อใช้ในการประเมินราคาล่วงหน้าให้ลูกค้าทราบก่อนได้

5. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและนำเสนอกลยุทธ์ ที่



รักษาช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบเดิม เช่น ทางโทรศัพท์ ทางจดหมาย และเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายแบบใหม่ที่สะดวกและรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร เช่น ทางเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลแบบออนไลน์ ตั้งแต่การเริ่มต้นไปจนกระทั่งเสร็จกระบวนการพ่นกันสนิมรถยนต์ อีกทั้งให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบริการเสริมต่างๆของผู้ประกอบการลงไป แต่อย่างไรก็ตามทุกช่องทางที่สื่อสารนั้นควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และมีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อบริการในเรื่อง การแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงาน มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป และมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารสม่ำเสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีบริการแจ้งเตือนตามแต่ลูกค้าสะดวกรับ เช่น แจ้งเตือนผ่านทางโทรศัพท์บ้าน ทางโทรศัพท์มือถือ ทางจดหมาย และทางอีเมลล์ เป็นต้น โดยแจ้งเตือนไปยังลูกค้าล่วงหน้า 1 เดือน และล่วงหน้า 1 สัปดาห์ เพื่อช่วยย้ำเตือนลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการตรงเวลาและไม่เสียเวลา นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรร่วมออกงานอีเว้นท์ที่สำคัญและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อต่อยอดตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น และต่อยอดการโฆษณาถึงความจำเป็นที่ต้องพ่นกันสนิม เพราะจ.สมุทรสาครเป็นเขตพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการเกิดสนิมมากที่สุดด้วย

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดของรถยนต์ก่อนส่งมอบ มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม ความรวดเร็วในการให้บริการด้านข้อมูล ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและนำเสนอกลยุทธ์ โดยเน้นในเรื่องขั้นตอนการปฏิบัติงานแก่พนักงานทุกคนให้เข้าใจทุกขั้นตอนเป็นอย่างดี สามารถอธิบายและตอบคำถามจากลูกค้าได้ถูกต้องและชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในการให้บริการ และเน้นย้ำในเรื่องความสะอาดของรถยนต์และความรวดเร็วในการทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและรักษาลูกค้าไว้

8. ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการใน เรื่อง พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและเน้นในเรื่องความรู้เกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมแก่พนักงานทุกคนเป็นอย่างดีทั้งพนักงานเก่าและพนักงานใหม่ โดยมีการฝึกอบรมให้พนักงานทุกคนมีความรู้ ทักษะ ความชำนาญในการให้บริการ และมีการฝึกเสริมสร้างพัฒนาบุคลิกภาพแก่พนักงานทุกคนด้วย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและประทับใจทุกครั้งที่ใช้บริการ

9. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยน้อยมากที่สุด คือ อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัย มีหนังสือรับประกันป้องกันสนิมรถยนต์ และมีหนังสือบันทึกตรวจสภาพในแต่ละครั้งมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงาน แก่พนักงานทุกคนให้เข้าใจวิธีใช้อุปกรณ์ การดูแลและเก็บรักษาให้ถูกต้องและปลอดภัย เพื่อรักษาอุปกรณ์ให้สามารถใช้ได้ในระยะยาว และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ อีกทั้งสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ด้วยการมีหนังสือรับประกันสนิมรถยนต์ที่มาใช้บริการฉีดน้ำยาแล้ว และบันทึกตรวจสภาพการใช้ทุกครั้ง เพื่อช่วยให้ลูกค้าและผู้ประกอบการสามารถจัดการปฏิบัติในแต่ละครั้งได้