

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 210 ตัวอย่าง โดยในบทนี้จะกล่าวสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 210 ตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายและเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.50 , 49.50 มีอายุ 21-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 48.10 มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 31.00 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 50.50 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 52.90 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 24.30

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ย 4.38 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.23 ปัจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยด้านกายภาพมีค่าเฉลี่ย 3.87 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.67 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ย 3.59 และปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.37

##### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพ

ของงานซ่อมบำรุงมีค่าเฉลี่ย 4.54 คุณภาพของอะไหล่ที่ใช้ มีค่าเฉลี่ย 4.50 ทำการตรวจสอบรถยนต์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.45 และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับประกันหลังการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.40 ชื่อเสียงอยู่ซ่อมช่วงล่างเป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ความหลากหลายของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.54

#### **ปัจจัยด้านราคา**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.46 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ให้บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.13 การผ่อนชำระเงินมีค่าเฉลี่ย 2.98 มีการให้เครดิต มีค่าเฉลี่ย 2.91

#### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.40 มีสาขาของอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในเครือเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 3.62 ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ย 3.58 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.38 มีการจัดสินค้าให้เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.37

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสามารถในการแนะนำและให้ข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีการลดราคาค่าบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.91 มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ย 3.76 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.10 มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย มีค่าเฉลี่ย 2.93

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการอธิบายปัญหาก่อนการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.47 ความถูกต้องในการให้บริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.42 ความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 4.25

### ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.45 พนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.42 ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.28 จำนวนพนักงานในการให้บริการมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.12 ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน มีค่าเฉลี่ย 4.00 พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 3.92 พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.90

### ปัจจัยด้านกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.02 สถานที่ให้บริการมีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.95 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.81 สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.70

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านกายภาพ จำแนกตาม เพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 38-44 ดังนี้

ตารางที่ 38 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

| ปัจจัยส่วนบุคคล                              | ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์               | ค่าเฉลี่ย |
|--|---------------------------------------|-----------|
| เพศชาย                                       | คุณภาพของงานซ่อมบำรุง                 | 4.50      |
| เพศหญิง                                      | คุณภาพของอะไหล่ที่ใช้                 | 4.59      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท       | คุณภาพของงานซ่อมบำรุง                 | 4.62      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท       | ทำการตรวจสอบรถยนต์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า | 4.43      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท       | คุณภาพของงานซ่อมบำรุง                 | 4.61      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท       | คุณภาพของงานซ่อมบำรุง                 | 4.71      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท       | คุณภาพของอะไหล่ที่ใช้                 | 4.52      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาทขึ้นไป | คุณภาพของงานซ่อมบำรุง                 | 4.60      |

จากตารางที่ 38 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านคุณภาพของงานซ่อมบำรุงเป็นลำดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านคุณภาพของอะไหล่ที่ใช้เป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาทและมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องคุณภาพของงานซ่อมบำรุงเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องทำการตรวจสอบรถยนต์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้าเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องคุณภาพของอะไหล่ที่ใช้เป็นลำดับแรก

ตารางที่ 39 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

| ปัจจัยส่วนบุคคล                              | ปัจจัยย่อยด้านราคา   | ค่าเฉลี่ย |
|--|----------------------|-----------|
| เพศชาย                                       | ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.44      |
| เพศหญิง                                      | ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.48      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท       | ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.46      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท       | ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.33      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท       | ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.48      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท       | ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.54      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท       | ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.60      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาทขึ้นไป | ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.48      |

จากตารางที่ 39 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 40 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

| ปัจจัยส่วนบุคคล                              | ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ค่าเฉลี่ย |
|--|------------------------------------|-----------|
| เพศชาย                                       | สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย  | 4.35      |
| เพศหญิง                                      | สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย  | 4.45      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท      | สามารถติดต่อขอรับบริการได้ง่าย     | 4.50      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท       | สามารถติดต่อขอรับบริการได้ง่าย     | 4.33      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท       | สามารถติดต่อขอรับบริการได้ง่าย     | 4.34      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท       | สามารถติดต่อขอรับบริการได้ง่าย     | 4.46      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท       | สามารถติดต่อขอรับบริการได้ง่าย     | 4.44      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาทขึ้นไป | สามารถติดต่อขอรับบริการได้ง่าย     | 4.43      |

จากตารางที่ 40 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องสามารถติดต่อขอรับบริการได้ง่ายเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องสามารถติดต่อขอรับบริการได้ง่ายเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 41 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

| ปัจจัยส่วนบุคคล                              | ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย   | ค่าเฉลี่ย |
|--|-----------------------------------|-----------|
| เพศชาย                                       | การแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงาน | 4.20      |
| เพศหญิง                                      | การแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงาน | 4.31      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท      | การแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงาน | 4.21      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท       | การแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงาน | 4.33      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท       | การแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงาน | 4.07      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท       | การแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงาน | 4.42      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท       | การแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงาน | 4.24      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาทขึ้นไป | การแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงาน | 4.29      |

จากตารางที่ 41 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการขายเรื่องการแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงานเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการขายเรื่องการแนะนำและการให้ข้อมูลจากพนักงานเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 42 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

| ปัจจัยส่วนบุคคล                              | ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ   | ค่าเฉลี่ย |
|--|---|-----------|
| เพศชาย                                       | มีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการ  | 4.46      |
| เพศหญิง                                      | มีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการ  | 4.48      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท      | ความถูกต้องในการให้บริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้าและมีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการ | 4.50      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท       | มีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการ  | 4.50      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท       | มีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการ  | 4.48      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท       | มีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการ  | 4.58      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท       | มีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการ  | 4.40      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาทขึ้นไป | ความถูกต้องในการให้บริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้า                                    | 4.55      |

จากตารางที่ 42 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านกระบวนการเรื่องมีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านกระบวนการเรื่องความถูกต้องในการให้บริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้าและมีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านกระบวนการเรื่องมีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านกระบวนการเรื่องความถูกต้องในการให้บริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้าเป็นลำดับแรก



ตารางที่ 43 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

| ปัจจัยส่วนบุคคล                              | ปัจจัยย่อยด้านบุคคล   | ค่าเฉลี่ย |
|--|---|-----------|
| เพศชาย                                       | พนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า   | 4.39      |
| เพศหญิง                                      | พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน  | 4.53      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท      | พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน และพนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า | 4.46      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท       | พนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า   | 4.41      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท       | พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน  | 4.55      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท       | พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน  | 4.63      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท       | พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน  | 4.40      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาทขึ้นไป | พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน และพนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า | 4.36      |

จากตารางที่ 43 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคคลเรื่องพนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคคลเรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาทและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคคลเรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานและพนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาทให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคคลเรื่องพนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาทและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคคลเรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 44 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

| ปัจจัยส่วนบุคคล                              | ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ                             | ค่าเฉลี่ย |
|--|--|-----------|
| เพศชาย                                       | สถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย | 3.91      |
| เพศหญิง                                      | มีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาด                   | 4.14      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท      | สถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย | 4.21      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท       | สถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย | 4.16      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท       | มีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาด                   | 4.07      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท       | มีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาด                   | 4.29      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท       | มีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาด                   | 3.88      |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาทขึ้นไป | สถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย | 3.88      |

จากตารางที่ 44 พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกายภาพเรื่องสถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกายภาพเรื่องมีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาดเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-15,000 บาทและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกายภาพเรื่องสถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาทและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกายภาพเรื่องมีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาดเป็นลำดับแรก

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.32 โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ย 3.87 ปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ย 3.49 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.41 ปัจจัยด้านกายภาพมีค่าเฉลี่ย 3.39 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.07 ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.04 และปัจจัยด้านส่งเสริมการขายค่าเฉลี่ย 2.99

##### ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมาก ได้แก่ งานซ่อมบำรุงไม่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ย 3.74 อะไหล่ที่ใช้ไม่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.61 ไม่มีการตรวจสภาพรถยนต์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.52 ไม่มีการรับประกันหลังการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.51 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ไม่เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.28 ไม่มีการให้บริการที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 2.82

##### ปัญหาด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.69 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.01 ไม่มีการให้เครดิต มีค่าเฉลี่ย 2.79 ไม่มีการผ่อนชำระเงินมีค่าเฉลี่ย 2.68

##### ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งอยู่ไกลที่อยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ย 3.49 สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ยาก มีค่าเฉลี่ย 3.44 ท่าเลที่ตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.24 ไม่มีสาขาของอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในเครือเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 2.60 การจัดสินค้าไม่เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 2.59

### ปัญหาด้านการส่งเสริมการขาย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมการขายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานไม่มีความสามารถในการแนะนำและให้ข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.52 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการแจ้งเดือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ย 3.30 ไม่มีการลดราคาค่าบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.02 ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.58 ไม่มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย มีค่าเฉลี่ย 2.55

### ปัญหาด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การปฏิบัติงานมีความล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.52 การให้บริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้าไม่มีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.51 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการอธิบายปัญหาก่อนการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.45

### ปัญหาด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาด้านบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ จำนวนของพนักงานในการให้บริการมีไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.67 พนักงานไม่สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.61 ผู้ให้บริการพูดจาไม่สุภาพ อ่อนโยน มีค่าเฉลี่ย 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.47 ผู้ให้บริการไม่มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.29 พนักงานมีบุคลิกไม่น่าเชื่อถือ แต่งกายไม่สุภาพ เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.26 พนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 2.70

### ปัญหาด้านกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาด้านกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เป็นสถานที่ที่ไม่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.51 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.47 สถานที่ไม่มีความสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.44 สถานที่ให้บริการไม่มีอากาศถ่ายเทสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.14

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเสนอแนะคือ ควรมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยอยู่เสมอ คิดเป็นร้อยละ 1.90 และควรมีการฝึกอบรมพนักงานอยู่เสมอคิดเป็นร้อยละ 1.43

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix หรือ 7P's) และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถนำประเด็นสำคัญที่พบมาอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

จากผลการศึกษาพบว่า การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านกระบวนการเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านกระบวนการเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วิทยา พุทธิโกษา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยากรช่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรกได้แก่ คุณภาพการซ่อมบำรุง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์เป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องการซ่อมบำรุงได้ถูกต้องตรงตามจุดที่มีปัญหาเป็น

ลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วิทยา พุทธโกษา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยาคารช่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องมีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านราคา** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการเป็นลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องความเหมาะสมของราคาค่าซ่อมเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับงานซ่อมบำรุงนั้นๆเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วิทยา พุทธโกษา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยาคารช่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องมีการประเมินราคาให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อมเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการเป็นลำดับแรกได้แก่ สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย สอดคล้องกับงานศึกษาของ วิทยา พุทธโกษา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยาคารช่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องติดต่อขอรับบริการได้สะดวกเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องจำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกันเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องอยู่ใกล้บ้าน/สถานศึกษา/สถานที่ทำงานเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการเป็นลำดับแรกได้แก่ การแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงานขาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องการจัด Package การตรวจเช็ค

สภาพรถยนต์ตามระยะทางเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องการให้ส่วนลดราคาเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วิทยา พุทธโกษา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยากรช่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูลของอู่ในสื่อต่างๆเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับแรกได้แก่ มีการอธิบายปัญหาก่อนการบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อมเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องมีกระบวนการซ่อมรถยนต์ด้วยเครื่องมือทันสมัย และมีความสะอาดและระมัดระวังในการดูแลรักษารถเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วิทยา พุทธโกษา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยากรช่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องมีการแจ้งค่าซ่อมค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อนเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านบุคคล** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องพนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องช่างซ่อมบำรุงมีความรู้เชี่ยวชาญเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วิทยา พุทธโกษา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยากรช่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้าเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านกายภาพ** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องสถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อยเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องมีป้ายบอกทิศทางและป้ายหน้าร้านที่ชัดเจนทำให้หาง่ายเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วิทยา พุทธโกษา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยาคารช่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องมีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นลำดับแรก

#### ข้อค้นพบ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด 10 ลำดับแรก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมากที่สุด มีทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ คุณภาพของงานซ่อมบำรุง คุณภาพของอะไหล่ที่ใช้ ทำการตรวจสอบรถยนต์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า และการรับประกันหลังการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการ 2 ด้าน ได้แก่ มีการอธิบายปัญหาก่อนการบริการ และความถูกต้องในการให้บริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านราคา 1 ด้าน ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านบุคคล 1 ด้าน ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 1 ด้าน ได้แก่ สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 1 ด้าน คือ ความสามารถของพนักงานในการแนะนำและให้ข้อมูล แต่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกายภาพใน 10 ลำดับแรก

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริการย่อยในเรื่อง คุณภาพของงานซ่อมบำรุง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง และผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของอะไหล่ที่ใช้



3. ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพในระดับมาก

4. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง และทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถติดต่อขอรับบริการได้ง่ายมากที่สุด

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง และทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญในเรื่อง ความสามารถของพนักงานในการแนะนำ และการให้ข้อมูล มาเป็นลำดับแรก

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมากที่สุด คือ มีการอธิบายปัญหาก่อนการให้บริการ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในเรื่อง ความถูกต้องในการให้บริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้ามากที่สุด

7. ปัจจัยด้านบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน เมื่อจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน

8. ปัจจัยด้านทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย แต่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่อง มีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาดมากที่สุด

#### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอยู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์เป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและมุ่งพัฒนากระบวนการให้บริการเป็นลำดับแรก

### ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพของงานซ่อมบำรุงเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่คุณภาพของอะไหล่ที่ใช้ และทำการตรวจสอบรถยนต์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า ตามลำดับ

ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาคุณภาพของการซ่อมบำรุงให้มีความเป็นมาตรฐาน และใช้อะไหล่ที่มีคุณภาพซึ่งอาจมีหลากหลายยี่ห้อ เพื่อให้ตอบสนองตรงตามกำลังซื้อของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ อีกทั้งควรตรวจสอบคุณภาพรถยนต์หลังการซ่อมบำรุงการส่งมอบให้ลูกค้า

### ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพในระดับมาก แต่ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ประสบในการเลือกซ่อมรถยนต์ได้แก่ ไม่มีการรับประกันด้วยบัตรเครดิต

ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำหนดราคาค่าผลิตภัณฑ์และค่าบริการให้เหมาะสมกับคุณภาพ โดยไม่คิดราคาเกินความเป็นจริง ต้องมีความจริงใจต่อลูกค้า อีกทั้งผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการรับประกันด้วยบัตรเครดิต โดยผู้ประกอบการอาจกำหนดขอรับชำระเงินขั้นต่ำที่รับประกันด้วยบัตรเครดิต

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่องสามารถติดต่อเพื่อขอรับบริการได้ง่ายเป็นลำดับแรก

ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้เพียงพอเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่ายแต่การขยายสาขาในเครือนั้นจะต้องมีมาตรฐานเดียวกัน เพื่อไม่ให้เกิดการเปรียบเทียบระหว่างสาขาได้

### ด้านการส่งเสริมการขาย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่อง ความสามารถของพนักงานในการแนะนำและให้ข้อมูล

ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างแม่นยำ โดยพนักงานจะต้องพิจารณาควรจำเป็นและลักษณะการใช้งานของลูกค้า

### ด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่อง มีการอธิบายปัญหาก่อนการบริการ รองลงมาได้แก่ ความถูกต้องในการบริการด้านข้อมูลแก่ลูกค้า

ดังนั้นพนักงานควรมีการอธิบายปัญหาที่เกิดขึ้นให้ลูกค้าได้ทราบก่อนเพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจในการรับบริการ อีกทั้งพนักงานควรให้บริการด้านข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในการให้บริการ

### ด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่อง พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงาน รองลงมาได้แก่ พนักงานมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย

ดังนั้นผู้ประกอบการพัฒนาพนักงานโดยจัดอบรมความรู้ความสามารถและทักษะการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงานสามารถอธิบายปัญหาที่เกิดขึ้นและสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายล่วงหน้าให้ลูกค้าได้ทราบได้ อีกทั้งควรมีการพัฒนาบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือ

### ด้านกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่อง สถานที่ให้บริการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย รองลงมาได้แก่ สถานที่ให้บริการมีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาด

ดังนั้นผู้ประกอบการพัฒนาสถานที่ที่ให้บริการให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เนื่องจากรถยนต์รุ่นใหม่จะมีการพัฒนาเทคโนโลยีอยู่เสมอเพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงคุณค่าที่รถยนต์รุ่นใหม่ออกมา อีกทั้งควรมีห้องรับรองและห้องน้ำที่สะอาดไว้คอยบริการลูกค้าเนื่องจากระยะเวลาให้การเข้ารับบริการมันใช้เวลานาน