

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีพ่นรถยนต์ของธุรกิจบริการทำสีรถยนต์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูนในครั้งนี้ ได้รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการทำสีรถยนต์ จำนวน 49 ราย จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลเป็น 3 ส่วน ได้ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและกิจการ

ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ลักษณะการประกอบการ ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจ จำนวนเงินทุนหมุนเวียนต่อเดือน จำนวนพนักงานทั้งหมดในธุรกิจ และจำนวนรถยนต์ของลูกค้าที่มารับบริการทำสีรถยนต์เฉลี่ยต่อเดือน

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสีพ่นรถยนต์ของธุรกิจบริการทำสีรถยนต์

ประกอบด้วย ประเภทสีพ่นรถยนต์ที่ซื้อใช้ในกิจการ ยี่ห้อสีสำเร็จรูปที่ใช้พ่นได้ทันที ยี่ห้อสีผสมเสร็จจากร้านตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อใช้ในกิจการ วิธีการซื้อสีพ่นรถยนต์ แหล่งที่ซื้อสีพ่นรถยนต์ การมีร้านประจำสำหรับซื้อสีพ่นรถยนต์ การมีโรงงานประจำสำหรับซื้อสีพ่นรถยนต์ เหตุผลในการซื้อสีพ่นรถยนต์จากแหล่งที่ระบุ ปริมาณในการซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้งของสีพ่นรถยนต์สำเร็จรูปที่ใช้พ่นได้ทันที ปริมาณในการซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้งของสีพ่นรถยนต์ประเภทสีผสมเสร็จจากร้านตัวแทนจำหน่าย ความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อสีพ่นรถยนต์ ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อสีพ่นรถยนต์ประเภทสำเร็จรูปที่ใช้พ่นได้ทันที ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อสีผสมเสร็จจากร้านตัวแทนจำหน่าย และบุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อสีพ่นรถยนต์

#### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีพ่นรถยนต์ของธุรกิจบริการทำสีรถยนต์

ประกอบด้วย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีพ่นรถยนต์ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีพ่นรถยนต์ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีพ่นรถยนต์ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีพ่นรถยนต์ และระดับความสำคัญของปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีพ่นรถยนต์

## สรุปผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและกิจการ

จากการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ประกอบธุรกิจบริการทำสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษา ส่วนใหญ่ประกอบการในลักษณะเป็นเจ้าของคนเดียว ซึ่งดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลา 5 – 10 ปี มีเงินทุนหมุนเวียนต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีพนักงานทั้งหมดระหว่าง 1 – 5 คน แต่ละเดือนมีลูกค้านำรถยนต์มาใช้บริการทำสี 1 – 5 คัน

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสีพ่นรถยนต์ของธุรกิจบริการทำสีรถยนต์

จากการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อสีสำเร็จรูปที่ใช้พ่นได้ทันที โดยเป็นสียี่ห้อนิปปอนด์เพนท์ (ตราผึ้ง) รองลงมาพบว่าซื้อสีผสมเสร็จจากร้านตัวแทนจำหน่าย โดยเป็นยี่ห้อนิปปอนด์เพนท์ (ตราผึ้ง) ด้วยเช่นกัน สำหรับวิธีการซื้อสีพ่นรถยนต์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมซื้อเป็นครั้ง ๆ ไปหลังจากที่ได้มีการตกลงกับลูกค้าแต่ละรายและลูกค้าได้นำรถยนต์มาให้แล้ว โดยซื้อจากร้านตัวแทนจำหน่ายสีพ่นรถยนต์ซึ่งเป็นร้านประจำ มีเพียงส่วนน้อยที่ซื้อจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรงที่เป็นโรงงานประจำ สำหรับเหตุผลในการซื้อสีพ่นรถยนต์จากแหล่งที่ระบุ ได้แก่ แหล่งดังกล่าวจำหน่ายสีพ่นรถยนต์ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้าที่มาใช้บริการ รองลงมาได้แก่ อยู่ใกล้ศูนย์บริการทำสีรถยนต์จึงติดต่อได้สะดวก เมื่อพิจารณาปริมาณในการซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง พบว่าทั้งสีสำเร็จรูปที่ใช้พ่นได้ทันทีและสีผสมเสร็จจากร้านตัวแทนจำหน่าย ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อเป็นขนาดกระป๋อง 1/4 แกลลอนเหมือนกัน โดยซื้อเฉลี่ยเดือนละ 2 – 3 ครั้ง สำหรับผู้ประกอบการที่ซื้อสีสำเร็จรูป พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายครั้งละ 1,001 – 2,000 บาท ขณะที่กลุ่มที่ซื้อสีผสมเสร็จจากร้านตัวแทนจำหน่าย มีค่าใช้จ่ายครั้งละ 501 – 1,000 บาท นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีบุคคลช่วยในการตัดสินใจซื้อสีพ่นรถยนต์ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการทำสีรถยนต์ รองลงมาพบว่า ตัดสินใจซื้อสีพ่นรถยนต์ด้วยตนเอง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ สีฟนรถยนต์ของธุรกิจบริการทำสีรถยนต์

ตารางที่ 28 สรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีฟนรถยนต์ของธุรกิจบริการทำสีรถยนต์

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยในแต่ละระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มาก	<p>ระดับมาก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทรายี่หือสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย</li> <li>- สินค้ามีคุณภาพและยี่หือตรงตามความต้องการของลูกค้า (เจ้าของรถ)</li> <li>- สินค้ามีหลายประเภทให้เลือกซื้อตามความต้องการ อาทิเช่น สีสำเร็จรูปที่ใช้พ่นได้ทันที แม่สีสำหรับผสมใช้เอง สีแห้งเร็ว สีแห้งช้า สีเมทัลลิก สีเหลือบมุก เป็นต้น</li> <li>- สินค้าแต่ละประเภทมีหลายยี่หือ หลายเกรดให้เลือก</li> <li>- สินค้ามีให้เลือกรครบทุกชนิดที่ีต้องการ</li> <li>- สินค้าได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.)</li> <li>- มีการรับประกันสินค้า</li> <li>- สินค้ามีเพียงพอตามที่ต้องการและได้รับสินค้าทันที ไม่ต้องรอคอยเป็นเวลานาน</li> <li>- การมีสินค้านำใหม่ที่ได้พัฒนาปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้นกว่าเดิมออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>
ปัจจัยด้านราคา	ปานกลาง	<p>ระดับมาก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สินค้าแต่ละยี่หือ/ชนิดมีหลายระดับราคาให้เลือก</li> </ul> <p>ระดับปานกลาง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สินค้าแต่ละยี่หือ/ชนิดมีใบแสดงราคาที่ชัดเจน</li> <li>- สินค้ามีราคาสมเหตุสมผล และใกล้เคียงกับร้านอื่น ๆ</li> <li>- สามารถต่อรองราคาสินค้าได้</li> <li>- การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าก่อนมีการปรับขึ้นราคาสินค้า</li> <li>- การให้เครดิตการชำระเงิน</li> </ul>

ตารางที่ 28 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง  
ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีพ่นรถยนต์ของธุรกิจบริการทำสีรถยนต์

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยในแต่ละระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปานกลาง	<p><b>ระดับมาก</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีระบบการเก็บรักษาสินค้าไว้ในสถานที่เก็บหรือโกดังสินค้าที่ได้มาตรฐาน (เช่น ไม้ร้อนจัด เย็นจัด เป็นต้น) เพื่อให้สินค้าอยู่ในสภาพที่ดีไม่เสื่อมสภาพได้ง่าย</li> </ul> <p><b>ระดับปานกลาง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งอยู่ในทำเลที่ไป-มาได้สะดวก</li> <li>- ป้ายชื่อมีขนาดใหญ่ สังกัดเห็นได้ง่าย</li> <li>- มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ</li> <li>- การจัดให้มีที่จอดรถที่สะดวก เพียงพอ และปลอดภัย</li> <li>- การจัดตกแต่งสถานที่ได้อย่างสวยงาม สะอาด และสว่าง</li> <li>- การจัดให้มีป้ายบอกกลุ่มสินค้าที่ชัดเจนมองเห็นง่าย</li> <li>- การจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ แยกออกเป็นหมวดหมู่ตามประเภท/ชนิด/สีของสินค้า</li> <li>- การบริการส่งของหรือสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์</li> <li>- การบริการส่งสินค้าถึงที่ กรณีที่ซื้อสินค้าจำนวนมาก</li> </ul>
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง	<p><b>ระดับปานกลาง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ</li> <li>- การแนะนำบอกต่อให้ซื้อสินค้าจากบุคคลอื่น</li> <li>- การจัดส่งเอกสารระบุนรายละเอียดของสินค้า (แค็ตตาล็อก) ส่งถึงที่ทำงานของลูกค้า</li> <li>- การมีเอกสารระบุนรายละเอียดของสินค้าที่ชัดเจนเข้าใจง่าย</li> <li>- การแจ้งให้ทราบถึงสินค้านำใหม่อยู่เสมอ</li> <li>- การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ต้องรอคอยกรณีที่สินค้าบางรายการไม่มีในสต็อก</li> <li>- การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ</li> <li>- การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อคราวละมาก ๆ</li> <li>- การจัดรายการส่งเสริมการตลาดอยู่เสมอ เช่น การจัดรายการลดแลก แจก แถม จับฉลากชิงรางวัล เป็นต้น</li> </ul>

ตารางที่ 28 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินทรัพย์รถยนต์ของผู้ประกอบธุรกิจบริการทำสีรถยนต์

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยในแต่ละระดับความสำคัญ
		<b>ระดับน้อย</b> - การมีพนักงานขายมาแนะนำหรือเสนอขายสินค้า
ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	มาก	<b>ระดับมาก</b> - ความสุภาพและเป็นกันเองของเจ้าของร้านและพนักงาน - การเป็นตัวแทนจำหน่ายที่เก่าแก่ที่ให้บริการมานาน - การเป็นตัวแทนจำหน่ายที่มีชื่อเสียงรู้จักกันอย่างแพร่หลาย - การบริหารจัดการร้านค้าตัวแทนจำหน่ายโดยผู้ที่มีประสบการณ์ยาวนานในวงการสีรถยนต์ - การที่ตัวแทนจำหน่ายหรือ โรงงานผลิตสีทราบและเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบธุรกิจบริการทำสีรถยนต์ - ความต้องการของลูกค้าต่ออู่สีและประเภทสี - การแข่งขันด้านราคาและคุณภาพของสี - การแข่งขันด้านการให้บริการของตัวแทนจำหน่ายสีรถยนต์ - การแข่งขันด้านการให้บริการระหว่างผู้ประกอบธุรกิจบริการพ่นสีรถยนต์ด้วยกัน  <b>ระดับปานกลาง</b> - การจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเทคนิควิธีการพ่นสีรถยนต์แต่ละประเภท โดยวิทยากรจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรง - การเป็นสีที่ซึ่งต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต - ภาวะเศรษฐกิจ อาทิเช่น ภาวะดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นต้น - สภาพของธุรกิจบริการพ่นสีรถยนต์ เช่น มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นหรือลดลง

จากตารางที่ 28 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินทรัพย์รถยนต์ ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจบริการทำสีรถยนต์ให้ความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการ

### ส่งเสริมการตลาด

โดยในส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้น ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทรายหือสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย สินค้ามีคุณภาพและยี่ห้อตรงตามความต้องการของลูกค้า (เจ้าของรถ) สินค้ามีหลายประเภทให้เลือกซื้อตามความต้องการ อาทิเช่น สีสำเร็จรูปที่ใช้พ่นได้ทันที แม่สีสำหรับผสมใช้เอง สีแห้งเร็ว สีแห้งช้า สีเมทัลลิก สีเคลือบมุก เป็นต้น สินค้าแต่ละประเภทมีหลายยี่ห้อ หลายเกรดให้เลือก สินค้ามีให้เลือกครบทุกเกรดสีที่ต้องการ สินค้าได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) มีการรับประกันสินค้า สินค้ามีเพียงพอตามที่ต้องการและได้รับสินค้าทันทีไม่ต้องรอคอยเป็นเวลานาน และการมีสินค้านวัตกรรมใหม่ที่ได้พัฒนาปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้นกว่าเดิมออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละยี่ห้อ/ชนิดมีหลายระดับราคาให้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีระบบการเก็บรักษาสินค้าไว้ในสถานที่เก็บหรือโกดังสินค้าที่ได้มาตรฐาน (เช่น ไม้ร้อนจัด เย็นจัด เป็นต้น) เพื่อให้สินค้าอยู่ในสภาพที่ดีไม่เสื่อมสภาพได้ง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ การแนะนำบอกต่อให้ซื้อสินค้าจากบุคคลอื่น การจัดส่งเอกสารระบุนรายละเอียดของสินค้า (แค็ตตาล็อก) ส่งถึงที่ทำงานของลูกค้า การมีเอกสารระบุนรายละเอียดของสินค้าที่ชัดเจนเข้าใจง่าย การแจ้งให้ทราบถึงสินค้านวัตกรรมใหม่อยู่เสมอ การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ต้องรอคอยกรณีที่สินค้าบางรายการไม่มีในสต็อก การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อคราวละมาก ๆ และการจัดรายการส่งเสริมการตลาดอยู่เสมอ เช่น การจัดรายการลด แลก แจก แถม จับฉลากชิงรางวัล เป็นต้น

ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสุภาพและเป็นกันเองของเจ้าของร้านและพนักงาน การเป็นตัวแทนจำหน่ายที่เก่าแก่ที่ให้บริการมานาน การเป็นตัวแทนจำหน่ายที่มีชื่อเสียงรู้จักกันอย่างแพร่หลาย การบริหารจัดการร้านค้าตัวแทนจำหน่ายโดยผู้ที่มีประสบการณ์ยาวนานในวงการสีพ่นรถยนต์ การที่ตัวแทนจำหน่ายหรือโรงงานผลิตสีทราบและเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบธุรกิจบริการทำสีรถยนต์ ความต้องการของลูกค้าต่อยี่ห้อและประเภทสินค้า การแข่งขันด้านราคาและคุณภาพของสินค้า การแข่งขันด้านการให้บริการของตัวแทนจำหน่ายสีพ่นรถยนต์ และการแข่งขันด้านการให้บริการระหว่างผู้ประกอบการบริการพ่นสีรถยนต์ด้วยกัน

## อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีฟันรถยนต์ของธุรกิจบริการทำสีรถยนต์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูนในครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (S-R Model) และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา จากการเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ดังนี้

### แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีฟันรถยนต์ของธุรกิจบริการทำสีรถยนต์ พบว่า ปัจจัยดังกล่าวที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสีฟันรถยนต์ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด โดยสอดคล้องกับองค์ประกอบหรือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อการซื้อสีฟันรถยนต์ของผู้ประกอบการ ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพและยี่ห้อตรงตามความต้องการของลูกค้า (เจ้าของรถ) รองลงมาได้แก่ สินค้าได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) และตรายี่ห้อสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย

**ปัจจัยด้านราคา** ที่มีผลต่อการซื้อสีฟันรถยนต์ของผู้ประกอบการ ได้แก่ สินค้าแต่ละยี่ห้อ/ชนิดมีหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาได้แก่ สินค้ามีราคาสมเหตุสมผลและใกล้เคียงกับร้านอื่น ๆ และสินค้าแต่ละยี่ห้อ/ชนิดมีใบแสดงราคาที่ชัดเจน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ที่มีผลต่อการซื้อสีฟันรถยนต์ของผู้ประกอบการ ได้แก่ การมีระบบการเก็บรักษาสินค้าไว้ในสถานที่เก็บหรือโกดังสินค้าที่ได้มาตรฐาน (เช่น ไม้อัดเย็นจัด เย็นจัด เป็นต้น) เพื่อให้สินค้าอยู่ในสภาพที่ดีไม่เสื่อมสภาพ รองลงมาได้แก่ ตั้งอยู่ในทำเลที่ไป-มาได้สะดวก และการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ แยกออกเป็นหมวดหมู่ตามประเภท/ชนิด/ยี่ห้อของสินค้า

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อการซื้อสีฟันรถยนต์ของผู้ประกอบการ ได้แก่ การจัดส่งเอกสารรายละเอียดของสินค้า (แคตตาล็อก) ส่งถึงที่ทำงานของลูกค้า รองลงมาได้แก่ การแจ้งให้ทราบถึงสินค้านำใหม่อยู่เสมอ และการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ต้องรอคอยกรณีที่สินค้าบางรายการไม่มีในสต็อก

**ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง** ที่มีผลต่อการซื้อสีฟันรถยนต์ของผู้ประกอบการ ได้แก่ การเจาะจงยี่ห้อ/ประเภทสินค้าซึ่งเป็นความต้องการโดยเฉพาะของลูกค้า รองลงมาได้แก่ การเป็นตัวแทนจำหน่ายที่มีชื่อเสียงรู้จักกันอย่างแพร่หลาย และการบริหารจัดการร้านค้าตัวแทนจำหน่าย โดยผู้ที่มีประสบการณ์ยาวนานในวงการสีฟันรถยนต์

## ข้อค้นพบ

ในการศึกษาคั้งนี้ ได้ค้นพบประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจบริการฟาร์มสัตว์ขนาดใหญ่มีการประกอบการในลักษณะเป็นเจ้าของคนเดียว โดยมีจำนวนเงินลงทุนดำเนินกิจการมากกว่า 40,000 บาท
2. ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก อันดับต่อมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ
3. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
3. ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อสินค้ามีคุณภาพและยี่ห้อตรงตามความต้องการของลูกค้า (เจ้าของรถ)
4. ส่วนปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านสินค้า (สีฟาร์มรถยนต์) แต่ละยี่ห้อ/ชนิดมีหลายระดับราคาให้เลือก
5. สำหรับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญต่อการมีระบบการเก็บรักษาสินค้าไว้ในสถานที่เก็บ หรือ โกดังสินค้าที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้สินค้าอยู่ในสภาพที่ดีไม่เสื่อมสภาพได้ง่าย
6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการจัดส่งเอกสารที่ระบุรายละเอียดของสินค้า (แค็ตตาล็อก) ส่งถึงที่ทำงานของลูกค้า
7. สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการเจาะจงยี่ห้อ/ประเภทสินค้าซึ่งเป็นความต้องการ โดยเฉพาะของลูกค้า

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในคั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคั้งนี้

### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจบริการทำสัตว์ขนาดใหญ่ให้ความสำคัญต่อตรายี่ห้อสินค้า (สีฟาร์มรถยนต์) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย สินค้ามีคุณภาพและยี่ห้อตรงตามความต้องการ การมีสินค้าหลายประเภท หลายเกรดให้เลือกซื้อ และมีครบทุกเจตสี โดยเป็นสินค้าที่ได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม มีการรับประกันสินค้า มีจำนวนเพียงพอตามที่ต้องการ



โดยได้รับสินค้าทันทีไม่ต้องรอนาน ตลอดจนการมีสินค้านำใหม่ที่ได้พัฒนาปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้นกว่าเดิมออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้จำหน่ายสีพ่นรถยนต์ควรพัฒนาปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย ดังนี้

1.1 ควรจัดหาสีพ่นรถยนต์ที่มีคุณภาพ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม มาจำหน่ายให้มากขึ้น

1.2 ควรมีสีพ่นรถยนต์หลายประเภท หลายยี่ห้อให้ลูกค้าเลือกซื้อ รวมทั้งสีพ่นรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ที่ได้มีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้นกว่าเดิมจำหน่าย เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้อตามความต้องการให้มากขึ้น

## 2. ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านสินค้าแต่ละยี่ห้อ/ชนิดมีหลายระดับราคาให้เลือก การมีใบแสดงราคาที่ชัดเจน มีราคาสมเหตุสมผลและใกล้เคียงกับร้านอื่น ๆ สามารถต่อรองราคาได้อีกทั้งการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าก่อนการปรับขึ้นราคา และการให้เครดิตชำระเงิน ดังนั้น ผู้จำหน่ายสีพ่นรถยนต์ควรพัฒนาปรับปรุงในด้านราคา ดังนี้

2.1 ควรจัดหาสีพ่นรถยนต์แต่ละชนิดแต่ละยี่ห้อที่มีหลายระดับราคามาจำหน่าย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า

2.2 ควรติดป้ายราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสังเกตเห็นได้ง่าย ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2.3 เมื่อทางร้านทราบว่าสีพ่นรถยนต์ชนิดใดหรือยี่ห้อใดจะมีการปรับขึ้นราคา ควรแจ้งให้ลูกค้าได้ทราบล่วงหน้า เพื่อลูกค้าจะได้วางแผนหรือแจ้งให้ผู้ใช้งานรถยนต์ที่มาใช้บริการทำสีได้ทราบต่อไป

## 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญต่อระบบการเก็บรักษาสินค้าไว้ในสถานที่เก็บหรือโกดังสินค้าที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้สินค้าอยู่ในสภาพที่ดีไม่เสื่อมสภาพได้ง่าย รวมทั้งทำเลที่ตั้งของร้านที่อยู่ในทำเลที่ไปมาได้สะดวก การมีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย การมีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ การมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอและปลอดภัย การจัดตกแต่งร้านอย่างสวยงาม การจัดวางสินค้าภายในร้าน รวมทั้งการมีบริการส่งของหรือสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ และการบริการส่งสินค้าถึงที่กรณีที่สั่งซื้อเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ผู้จำหน่ายสีพ่นรถยนต์ควรพัฒนาปรับปรุงด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

3.1 ผู้จำหน่ายสีพ่นรถยนต์ควรปรับปรุงด้านสถานที่ กล่าวคือ ในส่วนของสถานที่ที่ใช้

เก็บสีฟันรถยนต์หรือ โกดังสินค้า ควรตรวจสอบและปรับปรุงให้ภายในสถานที่ดังกล่าวมี มีอุณหภูมิที่เหมาะสมต่อการเก็บรักษาสีฟันรถยนต์ให้อยู่ในสภาพที่ดี ไม่เสื่อมสภาพได้ง่าย โดยจะต้องมีอุณหภูมิพอเหมาะคือ ไม่วอร์มจัดหรือเย็นจัดเกินไป

3.2 ขณะเดียวกันป้ายชื่อร้านควรมีขนาดใหญ่ เหมาะสมสวยงาม สังเกตเห็นได้ชัดเจน และควรปรับปรุงพื้นที่ภายในร้านบริเวณส่วนที่ใช้จัดแสดงสินค้า (สีฟันรถยนต์) โดยการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย แยกเป็นหมวดหมู่ตามประเภท/ชนิดและยี่ห้อ เพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเห็นสีที่ต้องการซื้อได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว ทั้งยังช่วยทำให้ภายในร้านมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และสวยงาม และควรปรับปรุงสถานที่จอดรถให้มีความสะดวก เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ

3.3 ทางร้านควรเพิ่มบริการส่งจอง หรือสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ให้มากยิ่งขึ้น และกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสีฟันรถยนต์เป็นจำนวนมาก ควรมีบริการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าถึงที่ด้วย

3.4 สำหรับผู้จำหน่ายสีฟันรถยนต์ที่ต้องการขยายสาขาเพิ่ม หรือต้องการเปิดร้านใหม่ ควรหาสถานที่ตั้งร้านให้อยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมที่สะดวก เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางไปติดต่อได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ การแนะนำบอกต่อให้ซื้อสินค้าจากบุคคลอื่น การส่งเอกสารระบุนรายละเอียดสินค้า (แคตตาล็อก) สินค้าไปให้ลูกค้า และเอกสารดังกล่าวนี้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย การแจ้งให้ทราบถึงสินค้านวัตกรรมใหม่ อยู่เสมอ การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่จะต้องรอคอยกรณีที่สินค้าบางรายการ ไม่มีในสต็อก การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำและลูกค้าที่ซื้อคราวละมาก ๆ การจัดรายการส่งเสริมการตลาด อยู่เสมอ ดังนั้น ผู้จำหน่ายสีฟันรถยนต์ควรพัฒนาปรับปรุงด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

4.1 ควรแนะนำผลิตภัณฑ์สีฟันรถยนต์ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการทำสีรถยนต์มากยิ่งขึ้นและกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดส่งเอกสารระบุนรายละเอียด (แคตตาล็อก) เกี่ยวกับชนิด/ยี่ห้อสีฟันรถยนต์

4.2 กรณีที่สีฟันรถยนต์บางชนิด/ยี่ห้อ ไม่มีในสต็อก ควรแจ้งให้ลูกค้าได้ทราบล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ต้องรอคอย เพื่อให้ลูกค้าสามารถวางแผนการให้บริการทำสีรถยนต์ให้กับผู้ใช้รถต่อไป

4.3 ควรมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำ และลูกค้าที่ซื้อสีฟันรถยนต์ถึงปริมาณที่กำหนดไว้ รวมทั้งควรจัดรายการส่งเสริมการตลาด อาทิเช่น การลดราคา การแลก แจก แถม เป็นต้น ตามวาระ โอกาสและเทศกาลที่เหมาะสมเป็นประจำอยู่เสมอ

4.4 ควรแจ้งให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการทำสีรถยนต์ได้ทราบถึง สีฟันรถยนต์รุ่นใหม่ ตลอดจนการแจ้งข้อมูลข่าวสารวิทยาการแปลกใหม่ของวงการสีฟันรถยนต์ ไปให้ผู้ประกอบการอย่าง

ต่อเนื่องสม่ำเสมอ

### 5. ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านความสุภาพ และเป็นกันเองของเจ้าของร้านและพนักงาน การเข้าใจถึงความต้องการสินค้าต่อยี่ห้อและประเภทสินค้าของลูกค้า การแข่งขันด้านราคาและคุณภาพสินค้า ดังนั้น ผู้จำหน่ายสีพ่นรถยนต์ควรพัฒนาปรับปรุง ดังนี้

5.1 ผู้จำหน่ายสีพ่นรถยนต์ควรฝึกอบรมพนักงานให้มีความยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเองกับลูกค้า มีความสุภาพและให้เกียรติลูกค้าที่มาซื้อสินค้า

5.2 ผู้จำหน่ายสีพ่นรถยนต์ควรคำนึงและตระหนักถึง ความต้องการสินค้าต่อยี่ห้อและประเภทของลูกค้า ในกรณีที่ไม่มีสีพ่นรถยนต์ตามยี่ห้อหรือชนิดที่ลูกค้าต้องการ ทางร้านควรขอเวลาเพื่อสั่งซื้อสีพ่นรถยนต์ที่ลูกค้าต้องการดังกล่าวมาให้ หรือถ้าเป็นไปได้ควรเสนอยี่ห้อ/ชนิดสีพ่นรถยนต์ที่มีคุณภาพและราคาที่ใกล้เคียงกับที่ลูกค้าต้องการให้ลูกค้าพิจารณาเลือกซื้อ

5.3 ทางร้านควรพยายามจัดหาสีพ่นรถยนต์ตามเงื่อนไขหรือข้อจำกัดของลูกค้าให้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลดีต่อชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในด้านการเป็น ตัวแทนจำหน่ายหรือเป็น ธุรกิจบริการทำสีรถยนต์ ที่สามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด

กล่าวโดยสรุป จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการควรจะคำนึงถึงก็คือ ผลិតภัณฑ์ อย่างไรก็ตามก็ควรคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ระดับความต้องการสินค้า สภาพเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี การเมือง สภาพการแข่งขัน และความรับผิดชอบต่อสังคม