

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ประเภทเก๋งตอนเดียว และเก๋งสองตอน ที่เข้าใช้บริการร้านจำหน่ายและบริการยางรถยนต์ และตัวแทนผู้จำหน่ายยางรถยนต์ที่มีรูปแบบแฟรนไชส์แบบศูนย์ครบวงจรในอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.50 มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 62.50 สถานภาพโสด ร้อยละ 78.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 54.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท ร้อยละ 54.25 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.00 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว ลีคน ร้อยละ 48.25

5.1.2 ข้อมูลในการซื้อยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสาเหตุที่ซื้อยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล คือ ยางรถยนต์เดิมเสื่อมสภาพ เช่น ยางหมด ดอกยางสึก ยางแตก ร้อยละ 43.01 ผู้ที่มีบทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล คือ ตนเอง ร้อยละ 55.25 ซึ่งจะไปเปลี่ยนยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในวันที่สะดวกวันไหนก็ได้ เวลาที่นิยมไปเปลี่ยนยาง

รถยนต์นั่งส่วนบุคคล คือ 7.00 – 12.00 น. ร้อยละ 40.75 ร้อยละ 68 และแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบ
ข่าวสารเกี่ยวกับขางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล คือ บุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 30.29

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ในการซื้อขางรถยนต์

จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ
ส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา คือ
ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.32) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
กายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.15) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.68)

สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาด สามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ คุณภาพ
ของขางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เฝียบ ทนทาน) (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา คือ ให้ความสำคัญมี
ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.41) และการรับประกัน
ผลิตภัณฑ์ (ขางรถยนต์) (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ราคาของ
ขางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา คือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก
ได้แก่ ราคาถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.30) และราคาต่อรองได้ (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ความสะดวก
ต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา คือ ร้านมีที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 4.04)
และร้านมีที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ บริการตรวจเช็คคณมายาง/สลับยางฟรีตลอดระยะรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา คือ ส่วนลดสำหรับการชำระด้วยเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.41) และบริการตั้งศูนย์และถ่วงล้อรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา คือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้ข้อมูลด้านเทคนิคและตอบคำถามเหมาะสมตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) และพนักงานสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา คือ ขั้นตอนการรับบริการมีความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการวิเคราะห์แจ้งปัญหาของงานมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) เท่ากัน รองลงมา คือ การจัดให้มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการจัดให้มีสถานที่รับรองลูกค้าระหว่างรอรับบริการเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุประดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคใน
อำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ 10 ลำดับแรก

รายการย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ด้าน	ลำดับ
คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เงียบ ทนทาน)	4.59	มากที่สุด	ผลิตภัณฑ์	1
พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ	4.57	มากที่สุด	บุคลากร	2
ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ	4.56	มากที่สุด	ราคา	3
พนักงานให้ข้อมูลด้านเทคนิคและตอบคำถามเหมาะสมตามความต้องการ	4.49	มาก	บุคลากร	4
ความรวดเร็วในการบริการ	4.47	มาก	กระบวนการ	5
บริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะรับประกัน	4.45	มาก	ส่งเสริมการตลาด	6
เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ	4.42	มาก	การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	7
ส่วนลดสำหรับการชำระด้วยเงินสด	4.41	มาก	ส่งเสริมการตลาด	8
ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้าน	4.41	มาก	ผลิตภัณฑ์	8
การรับประกันผลิตภัณฑ์ (ยางรถยนต์)	4.40	มาก	ผลิตภัณฑ์	9
ขั้นตอนการรับบริการมีความสะดวก	4.38	มาก	กระบวนการ	10
การจัดให้มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.38	มาก	การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	10

5.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร
ในการซื้อขายรถยนต์ จำแนกตามเพศ จำแนกตามอายุ และจำแนกตามรายได้

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ
ผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อขายรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ส่วนประสม การตลาด บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ปัจจัยย่อย	ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ลำดับ
ด้าน ผลิตภัณฑ์	ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้าน คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะ ถนน นุ่ม เจียบทนทาน) (4.51: มากที่สุด)	2	คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เจียบทนทาน) (4.66: มากที่สุด)	1
ด้านราคา	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับ คุณภาพ (4.49: มาก)	3	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (4.61: มากที่สุด)	2
ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้าน จำหน่าย (4.16: มาก)	7	ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย (4.46: มาก)	6
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ส่วนลดสำหรับการชำระด้วยเงินสด บริการตั้งศูนย์และถ่วงล้อรถยนต์ (4.37: มาก)	6	บริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอด ระยะรับประกัน (4.58: มากที่สุด)	3
ด้านบุคลากร	พนักงานมีความรู้ความชำนาญใน การให้บริการ (4.57: มากที่สุด)	1	พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการ ให้บริการ (4.56: มากที่สุด)	4
ด้าน กระบวนการ บริการ	ความรวดเร็วในการบริการ (4.43: มาก)	5	ความรวดเร็วในการบริการ (4.51: มากที่สุด)	5

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ปัจจัยย่อย	ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ลำดับ
ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็น มาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ (4.44: มาก)	4	การจัดให้มีสถานที่จอดรถ สะดวกและเพียงพอ (4.44: มาก)	7

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการแตกต่างกัน

โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้าน และคุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เงียบ ทนทาน) เท่ากัน เพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องคุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เงียบ ทนทาน)

ด้านราคา เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด เพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องส่วนลดสำหรับการชำระด้วยเงินสด และบริการตั้งศูนย์และถ่วงล้อรถยนต์เท่ากัน เพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องบริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะเวลารับประกัน

ด้านบุคลากร เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องพนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ

ด้านกระบวนการ เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ เพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องการจัดให้มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้ออย่างรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ส่วนประสม การตลาด	อายุ							
	ไม่เกิน 30 ปี	ลำดับ	31-40 ปี	ลำดับ	41-50 ปี	ลำดับ	51 ปีขึ้นไป	ลำดับ
ด้าน ผลิตภัณฑ์	คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกะถนน นุ่มเงียบ ทนทาน) (4.62: มากที่สุด)	1	ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้าน (4.55: มากที่สุด)	1	วัน เดือน ปี ที่ผลิต (4.64: มากที่สุด)	2	คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกะถนน นุ่มเงียบ ทนทาน) (5.00: มากที่สุด)	1
ด้านราคา	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (4.56: มากที่สุด)	3	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (4.51: มากที่สุด)	2	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (4.60: มากที่สุด)	3	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (4.60: มากที่สุด)	2
ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย (4.33: มาก)	7	ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย (4.26: มาก)	7	ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย (4.34: มาก)	7	ร้านมีที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย (4.20: มาก)	7
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	บริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะรับประกัน (4.50: มากที่สุด)	4	บริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะรับประกัน (4.35: มาก)	6	บริการตั้งศูนย์และถ่วงล้อรถยนต์ (4.54: มากที่สุด)	5	บริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะรับประกัน (4.20: มาก)	7

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อขายรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	อายุ							
	ไม่เกิน 30 ปี	ลำดับ	31-40 ปี	ลำดับ	41-50 ปี	ลำดับ	51 ปีขึ้นไป	ลำดับ
ด้านบุคลากร	พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ (4.61: มากที่สุด)	2	พนักงานให้ข้อมูลด้านเทคนิคและตอบคำถามเหมาะสมตามความต้องการ (4.44: มาก)	3	พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ (4.66: มากที่สุด)	1	พนักงานสุภาพ นอบน้อมในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ และพนักงานให้ข้อมูลด้านเทคนิคและตอบคำถามเหมาะสมตามความต้องการ (4.20: มาก)	7
ด้านกระบวนการ	ความรวดเร็วในการบริการ (4.48: มาก)	5	ความรวดเร็วในการบริการ (4.44: มาก)	3	ความรวดเร็วในการบริการ (4.48: มาก)	6	ความรวดเร็วในการบริการ (4.60: มากที่สุด)	2
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ (4.40: มาก)	6	เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ (4.39: มาก)	5	เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ (4.56: มากที่สุด)	4	เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ (4.60: มากที่สุด)	2

จากตารางที่ 5.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการแตกต่างกัน

โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องคุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เงียบทนทาน) อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้าน อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องวัน เดือน ปี ที่ผลิต

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย อายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องร้านมีที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ และความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องบริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะรับประกัน อายุ 31-40 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องบริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะรับประกัน และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องบริการตั้งศูนย์และถ่วงล้อรถยนต์

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องพนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องพนักงานให้ข้อมูลด้านเทคนิคและตอบคำถามเหมาะสมตามความต้องการ และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องพนักงานสุภาพนอบน้อมในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ และพนักงานให้ข้อมูลด้านเทคนิคและตอบคำถามเหมาะสมตามความต้องการ

ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการเช่นกัน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐาน และเพียงพอต่อการให้บริการ อายุ 41-50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ลำดับ	15,000 – 30,000 บาท	ลำดับ	30,001 – 45,000 บาท	ลำดับ	45,001 บาท ขึ้นไป	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เจริญ ทนทาน) (4.56: มากที่สุด)	2	คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เจริญ ทนทาน) (4.63: มากที่สุด)	1	คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เจริญ ทนทาน) (4.66: มากที่สุด)	2	ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้าน (4.51: มากที่สุด)	3
ด้านราคา	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (4.39: มาก)	4	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (4.59: มากที่สุด)	2	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (4.60: มากที่สุด)	4	ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ (4.56: มากที่สุด)	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย (4.40: มาก)	3	ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย (4.29: มาก)	7	ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย (4.38: มาก)	7	ร้านมีที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ ความสะดวกการเข้าถึงร้านจำหน่าย(4.18: มาก)	7
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ส่วนลดสำหรับการชำระด้วยเงินสด (4.14: มาก)	6	บริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะเวลารับประกัน (4.55: มากที่สุด)	4	บริการตั้งศูนย์และถ่วงล้อรถยนต์ (4.44: มาก)	6	บริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะเวลาประกัน (4.49: มาก)	4
ด้านบุคลากร	พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ (4.60: มากที่สุด)	1	พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ (4.56: มากที่สุด)	3	พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ (4.71: มากที่สุด)	1	พนักงานสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการและพนักงานให้ข้อมูลด้านเทคนิคและตอบคำถามเหมาะสมตามความต้องการ (4.40: มาก)	6

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ลำดับ	15,000 – 30,000 บาท	ลำดับ	30,001 – 45,000 บาท	ลำดับ	45,001 บาทขึ้นไป	ลำดับ
ด้านกระบวนการ	ขั้นตอนการรับบริการมีความสะดวก (4.26: มาก)	5	ความรวดเร็วในการบริการ (4.51: มากที่สุด)	5	ความรวดเร็วในการบริการ (4.63: มากที่สุด)	3	ความรวดเร็วในการบริการ (4.42: มาก)	5
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ (4.13: มาก)	7	เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ (4.43: มาก)	6	เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ การจัดให้มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (4.59: มากที่สุด)	5	เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ (4.56: มากที่สุด)	1

จากตารางที่ 5.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน

โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องคุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เงียบ ทนทาน) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้าน

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

15,000 – 30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องส่วนลดสำหรับการชำระด้วยเงินสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องบริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะเวลารับประกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องบริการตั้งศูนย์และถ่วงล้อรถยนต์ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องบริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะเวลารับประกัน

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องพนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องพนักงานสุภาพนอบน้อมในการให้บริการ และพนักงานให้ข้อมูลด้านเทคนิคและตอบคำถามเหมาะสมตามความต้องการเท่านั้น

ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องขั้นตอนการรับบริการมีความสะดวก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องความเร็วในการให้บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องความเร็วในการให้บริการเช่นกัน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ และการจัดให้มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการ

5.1.5 ปัญหาที่พบในการซื้อขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
จากร้านจำหน่ายและบริการยางรถยนต์ และตัวแทนผู้จำหน่ายยางรถยนต์ที่มีรูปแบบแฟรนไชส์แบบ
ศูนย์ครบวงจร ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ตารางที่ 5.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการซื้อขาย
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล 10 ลำดับแรก

รายการย่อย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่มีส่วนลดสำหรับการชำระด้วยเงินสด	183	45.75	1
ช่วงระยะรับประกันไม่มีบริการตรวจเช็คลม/สลับยางฟรี	180	45.00	2
สถานที่จอดรถไม่สะดวกและเพียงพอ	179	44.75	3
วัน เดือน ปี ที่ผลิตยางรถยนต์เก่าค้างเก็บ	176	44.00	4
ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม, อินเทอร์เน็ต, ห้องน้ำ เป็นต้น	172	43.00	5
ไม่มีการรับประกันผลิตภัณฑ์ (ยางรถยนต์)	169	42.25	6
พนักงานขาดความรู้ความชำนาญในการให้บริการและ คำแนะนำต่างๆ	159	39.75	7
การให้บริการมีความล่าช้า	156	39.00	8
ไม่มีบริการตั้งศูนย์และถ่วงล้อเมื่อเปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่	152	38.00	9
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	146	36.50	10

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาในการซื้อขายรถยนต์
นั่งส่วนบุคคล ลำดับแรก คือ ไม่มีส่วนลดสำหรับการชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 45.75 รองลงมาได้แก่
ช่วงระยะรับประกันไม่มีบริการตรวจเช็คลม/สลับยางฟรีร้อยละ 45.00 และสถานที่จอดรถไม่สะดวก
และเพียงพอ ร้อยละ 44.75

5.1.6 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการซื้อขายรถยนต์จากร้านจำหน่ายและบริการยางรถยนต์ และตัวแทนผู้จำหน่ายยางรถยนต์ที่มีรูปแบบแฟรนไชส์แบบศูนย์ครบวงจร

ควรมีการแจ้งราคาให้ชัดเจน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งยางรถยนต์ที่จำหน่ายควรเป็นยางรถยนต์ที่ผลิตใหม่ ถ้าเป็นยางรถยนต์เก่าค้างเก็บ ควรบอกลูกค้าให้ชัดเจน และควรลดราคาเป็นพิเศษให้ต่างจากยางที่ผลิตใหม่ ควรให้การบริการที่ดี มีเจ้าหน้าที่เชี่ยวชาญที่สามารถแนะนำอยู่ประจำร้านตลอด พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับสัญลักษณ์ต่างๆ ที่พิมพ์บนยางว่า มีความแตกต่างความหมายอย่างไร ใช้งานประเภทไหนและยี่ห้ออะไร จึงจะเหมาะสมกับการใช้งาน เพื่อความคุ้มค่าคุ้มราคาน่าจะมีบริการโทรสอบถามเรื่องการใช้งาน และแจ้งให้เข้ามาสลับยางเมื่อถึงระยะเวลา และควรเปิดบริการถึงประมาณ 19.00 น. เพราะเวลาที่คนทำงานสะดวกมากที่สุด คือ หลังเลิกงาน 18.00 น.

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อขายรถยนต์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ส่วนประสมการตลาดบริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ ด้านบุคลากร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธัญชนก อภิชาติเจริญชัย (2548) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์ของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร และประศาสน์ ศิริบรรเทิง (2548) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกาญจนา ศักดิ์ศรีพิพัฒน์ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อขายรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรพีพรรณ เวทยานนท์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์ของผู้บริโภค ในอำเภอสามชูก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ด้านบุคลากร

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เงียบ ทนทาน) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรัชชชก อภิชาติเจริญชัย (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การยึดเกาะถนนของยางรถยนต์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของประศาสน์ ศิริบรรเทิง (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ คุณภาพของยางรถยนต์ รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกาญจนา ศักดิ์ศรีพิพัฒน์ (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การยึดเกาะถนน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรพีพรรณ เวทยานนท์ (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ร้านมียางรถยนต์หลากหลายให้เลือก

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านราคามีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรัชชชก อภิชาติเจริญชัย (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของประศาสน์ ศิริบรรเทิง (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของยางรถยนต์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของรพีพรรณ เวทยานนท์ (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมและใกล้เคียงกับร้านอื่น รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกาญจนา ศักดิ์ศรีพิพัฒน์ (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ความสะดวกต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัชชชก อภิชาติเจริญชัย (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ศูนย์บริการครบวงจรเกี่ยวกับยาง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรพีพรรณ เวทยานนท์ (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

ในระดับมากลำดับแรก คือ ร้านมีที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกาญจนา ศักดิ์ศรีพิพัฒน์ (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือของร้านจัดจำหน่าย แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของประศาสน์ ศิริบรรเทิง(2548) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ การคมนาคมและการจราจรสะดวก ความยากง่ายต่อการเข้าถึงร้านจำหน่าย และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ บริการตรวจเช็คลมยาง/สลับยางฟรีตลอดระยะเวลารับประกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญชนก อภิชาติเจริญชัย (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ การรับประกันสินค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของประศาสน์ ศิริบรรเทิง (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ การได้รับบริการฟรีในเรื่องต่างๆ เช่น มีบริการหลังการขายฟรี มีบริการศูนย์ถ่วงล้อฟรี มีบริการตรวจเช็ครถก่อนการเดินทางฟรีในเทศกาลต่างๆ (ร่วมกับตำรวจทางหลวง) และมีบริการเครื่องดัดฟรี รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกาญจนา ศักดิ์ศรีพิพัฒน์ (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ความชำนาญของช่างในการเปลี่ยนยางรถยนต์ แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรพีพรรณ เวทยานนท์ (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ร้านมีบริการตรวจเช็คหรือสลับยางฟรีตลอดระยะเวลารับประกัน

ด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรพีพรรณ เวทยานนท์ (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ

ด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารพีพรรณ เวทยานนท์ (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยเป็นมาตรฐาน และเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารพีพรรณ เวทยานนท์ (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ เครื่องมือที่ทันสมัย

5.3 ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ มีข้อค้นพบจากผลการศึกษาดังนี้

1. สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล คือ ยางรถยนต์เดิมเสื่อมสภาพ เช่น ยางหมด ดอกยางสึก ยางแตก คิดเป็นร้อยละ 43.01 และมีเพียงร้อยละ 8.48 ที่มีสาเหตุ คือ ต้องการเปลี่ยนเพื่อการตกแต่งรถยนต์
2. แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล คือ จากบุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 30.29 และมีเพียงร้อยละ 0.13 ที่ได้รับทราบข่าวสารจากการสอบถามตามร้านจำหน่ายยางรถยนต์ต่างๆ
3. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวม ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านราคา
4. เมื่อเปรียบเทียบจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรในเรื่องพนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ เป็นลำดับแรก แตกต่างจากเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องคุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เฝียบ ทนทาน) เป็นลำดับแรก
5. เมื่อเปรียบเทียบจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องคุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนน นุ่ม เฝียบทนทาน) เป็นลำดับแรก แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-

40 ปี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้าน เป็นลำดับแรก และแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรในเรื่อง พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ เป็นลำดับแรก

6. เมื่อเปรียบเทียบจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาทให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรในเรื่อง พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ เป็นลำดับแรก แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง คุณภาพของยางรถยนต์ (เช่น เกาะถนนนุ่ม เฝียบทนทาน) เป็นลำดับแรก และแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาในเรื่อง ราคาของยางรถยนต์เหมาะสมกับคุณภาพและ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย เป็นมาตรฐานและเพียงพอต่อการให้บริการเท่านั้น

5.4 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการจึงควรจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีความหลากหลายของตรา ยี่ห้อ รุ่น ขนาด และคุณสมบัติ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การใช้งานมากที่สุด พร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ และระยะเวลารับประกันผลิตภัณฑ์(ยางรถยนต์)ให้ชัดเจน เช่น ชี้ให้เห็นตรงวัน เดือน ปี ที่ผลิตยางรถยนต์ว่าผลิตเมื่อไร ปีอะไร รุ่นนี้เหมาะสมสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลประเภทเก๋ง 4 ประตู ที่ชอบความนุ่มเฝียบและประหยัดน้ำมัน และระยะเวลารับประกันยางรถยนต์ใหม่ 6 เดือนหรือ 10,000 กม. อย่างหนึ่งอย่างใดถึงก่อน เป็นต้น ซึ่งสามารถนำมาเป็นจุดเด่นในการนำเสนอเพื่อการจัดจำหน่ายได้

ด้านราคา

ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการกำหนดราคาให้มีความเป็นมาตรฐาน การตั้งราคาตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือตั้งราคาตามนโยบายราคาจากทางบริษัทผู้ผลิตเพื่อความเป็นมาตรฐานเดียวกัน และต้องแจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีระดับราคาหลากหลายตามคุณภาพของยาง

รถยนต์ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์พรีเมียมที่มีราคาสูงสำหรับผู้ที่มีกำลังซื้อ หรือระดับราคาของตลาดราคาประหยัดที่เน้นราคาเป็นหลัก เพื่อการสร้างโอกาสในการขาย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเข้าถึงร้าน โดยเน้นทำเลที่ตั้งให้อยู่ติดถนนใหญ่ ตำแหน่งที่ตั้งของร้านจำหน่ายควรจะมีมองเห็นทางเข้า ออก ใต้ง่ายและสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ พร้อมทั้งพัฒนาปรับปรุงร้านจำหน่าย เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับร้านจำหน่าย เช่น ป้ายแนะนำตำแหน่งบอกระยะทางก่อนถึงร้านจำหน่าย ประมาณ 500 เมตร เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการควรมีบริการหลังการขาย ได้แก่ ตรวจเช็คลม/สลับยางฟรีตลอดระยะเวลารับประกัน บริการตั้งศูนย์และถ่วงล้อฟรี เมื่อเปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่พร้อมกัน 4 เส้น พร้อมทั้งการจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะการจัดโปรโมชันส่วนลดสำหรับการชำระด้วยเงินสด รวมถึงรับซื้อยางรถยนต์เดิมของลูกค้า เมื่อเปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่กับทางร้านจำหน่าย ด้วยราคาประเมินแลกเปลี่ยนที่ยุติธรรม และมีบริการส่งข้อความแจ้งเตือนเมื่อถึงระยะเช็คสภาพยางรถยนต์ เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และอาจจะนำไปสู่การแนะนำแบบปากต่อปากได้ เพราะเนื่องจากการศึกษาพบว่า แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับยางรถยนต์นั้นส่วนบุคคล คือ จากบุคคลที่รู้จัก

ด้านบุคลากร

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานขายหน้าร้าน และพนักงานช่างที่มีความรู้ความชำนาญในด้านผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการทำงาน และข้อมูลเทคนิคเป็นอย่างดี พร้อมทั้งจัดฝึกอบรมพนักงานทุกระดับเป็นประจำ ทั้งในด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ข้อมูลทางเทคนิค เพื่อเป็นการพัฒนาบุคลากร สร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพิ่มความสามารถในการให้ความรู้ความสามารถ และความชำนาญในการแนะนำผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแนะนำในรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้งานและบำรุงรักษายางรถยนต์ เพื่อยืดอายุการใช้งาน ด้วยความเอาใจใส่และสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการได้ดียิ่งขึ้น

ด้านกระบวนการ

ผู้ประกอบการควรมีการจัดการด้านการให้บริการด้วยความรวดเร็ว เช่นมีพนักงานไว้คอยให้บริการอย่างเพียงพอ แม้ในช่วงเวลาพักกลางวัน โดยการจัดตารางการพักกลางวันของพนักงานเป็น 2 ชุด และสลับกันพัก รวมถึงขั้นตอนในการเข้ารับบริการที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก เช่น มีบริการจองคิวก่อนรับบริการ เป็นต้น

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ประกอบการควรมีการจัดการเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน และเพียงพอต่อการให้บริการ โดยพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการใช้ และประสิทธิภาพของเครื่องมือเป็นหลัก รวมถึงการตรวจเช็คและดูแลรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอยู่เป็นประจำ เพื่อให้สามารถพร้อมใช้งานได้ทันที อีกทั้งมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำรองไว้ใช้ในกรณีที่เครื่องมือที่ใช้เกิดเสียหรือขัดข้อง นอกจากนี้ร้านจำหน่ายควรติดตั้งป้ายชื่อร้านให้เห็นเด่นชัดสามารถมองเห็นได้จากระยะไกล และจากการศึกษาพบว่า สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซึ่งอยู่อย่างรยนต์นั่งส่วนบุคคลคือ ยางรถยนต์เดิมเสื่อมสภาพ เช่น ยางหมด ดอกยางสึก ยางแตก ดังนั้นร้านจำหน่ายจึงควรเตรียมสถานที่สำหรับเก็บยางที่เสื่อมสภาพแล้วให้เป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงสถานที่ให้มีที่จอดรถให้บริการอย่างสะดวกเพียงพอ มีห้องพักรับรองและห้องน้ำสำหรับลูกค้าอย่างเป็นสัดส่วน โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีเครื่องดื่ม โทรทัศน์ หนังสือ วารสาร นิตยสาร ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับยางรถยนต์ และอินเทอร์เน็ตไว้บริการ เป็นต้น เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและสร้างชื่อเสียงที่ดีให้แก่ร้านจำหน่ายได้