

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่เดินทางมาเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง จากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำนวน 400 รายจากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน 2 คัน ประเภทของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ รถกระบะตอนครึ่ง (แค็บ) ขนาดเครื่องยนต์ 2,500 cc. ยี่ห้อ โตโยต้า สิบรอนซ์ เงิน ราคา 200,001 - 400,000 บาท ได้แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองจากญาติ/เพื่อน บุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองแฟน/คู่สมรส และเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ คุณภาพรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือคุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเลี้ยวชนหนัก) และ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และ คิดป้ายบอกราคาชัดเจน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้นรองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และการโฆษณาในหนังสือรถยนต์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือพนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการขึ้นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน และ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลสาเหตุของการตัดสินใจซื้อ หรือ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง สาเหตุของการตัดสินใจซื้อ หรือ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในครั้งนี้ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ สภาพเดิมของตัวถังมีการเสียหายหนักมาก่อน และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพรถยนต์ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอายุ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 21 – 30 ปีสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก

ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) รองลงมาคือ คุณภาพรถยนต์ และ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) และ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ดัดป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และ ดัดป้ายบอกราคาชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

(ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ ดัดป้ายบอกราคาชัดเจน และ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ และ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจสอบสภาพรถยนต์ เป็นต้น และ มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่มีจำหน่ายแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์

ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และการโฆษณาในหนังสือรถยนต์ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนอุปกรณ์ ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และการโฆษณาในหนังสือรถยนต์ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ รองลงมาคือ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนอุปกรณ์ ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น และการโฆษณาในหนังสือรถยนต์ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และพนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน และ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพของรถยนต์ และ ระยะเวลาในการขึ้นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการขึ้นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการขึ้นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาในการขึ้นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ รองลงมาคือ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เตินท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น และ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น และ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน และ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน และ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น ตามลำดับ

ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอาชีพ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อาชีพธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อาชีพเกษตรกรสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง รองลงมาคือ คุณภาพรถยนต์ และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) และ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ ดิดป้ายบอกราคาชัดเจน และ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน ให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษ

แก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแผนอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแผนการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และ การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแผนอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแผนการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และ การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแผนอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแผนการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และ การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานสามารถประเมินราคารถยนต์เก่าของลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แก้วน้ำกรองเพียงพอ เป็นต้น และ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แก้วน้ำกรองเพียงพอ เป็นต้น และ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน และ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น ตามลำดับ

ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการฉีควงวนหนัก) และ รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการฉีควงวนหนัก) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการฉีควงวนหนัก) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่

คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเลี้ยวชนหนัก) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คิดป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น และ สามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ คิดป้ายบอกราคาชัดเจน และ สามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คิดป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และ คิดป้ายบอกราคาชัดเจน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ รองลงมาคือ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ และที่ตรงเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่มีจำหน่ายแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และมีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ และ การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ การ

โฆษณาในหนังสือรถยนต์ และ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันที ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันที ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการขึ้นและรอกการอนุมัติสินเชื่อเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน และ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน และ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ป้ายชื่อ

บริษัทเห็นได้ชัดเจน และ ถึงอำนวยความสะดวกรองรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยด้านการสร้างและ
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีผล
มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ถึงอำนวยความสะดวก
รองรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น และ ป้ายชื่อ
บริษัทเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

**ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือ
สองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง**

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง
ในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง สำหรับผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย
ระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย
3.92)ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่
มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ใน
ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับ
ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่
มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองสามารถ
เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ใน
ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77)ปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านบุคลากร
มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มี
ค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย
ระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
กายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเถี่ยวชนหนัก) และ รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ รองลงมาคือ รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเถี่ยวชนหนัก) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คิดป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี รองลงมาคือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น และ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น รองลงมาคือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษและการโฆษณาในหนังสือรถยนต์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือพนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน และ พนักงานสามารถประเมินราคารถยนต์เก่าของลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง และ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการขึ้นและ

รอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน และ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน และ สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) อันประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน เป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพรรณ ภูมิภมร (2551) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง กรณีศึกษา : จังหวัดกระบี่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง เป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศักดิ์ดาว รอดพิทักษ์ (2552) ได้ทำการศึกษา เรื่องปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการ บนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง เป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ คุณภาพรถยนต์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพรรณ ภูมิภมร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ การประหยัดน้ำมันและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศักดิ์ดาว รอดพิทักษ์ (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเกี่ยวข้องกับชนหนัก)

ปัจจัยด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพรรณ ภูมิภมร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของราคาซื้อ แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศักดิ์ดาว รอดพิทักษ์ (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสม กับคุณภาพของรถยนต์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อ มากที่สุด คือ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพรรณ ภูมิภมร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ การแนะนำของ

เดินที่รถยนต์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศักดิ์ดาว รอดพิทักษ์ (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียน แคมเปญโปรโมชั่นที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพรรณ ภูมิภมร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ การแจกของแถมแต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศักดิ์ดาว รอดพิทักษ์ (2552) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านบุคลากร

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพรรณ ภูมิภมร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ บุคลากรมีอัธยาศัยดี สุภาพเรียบร้อย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้นซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพรรณ ภูมิภมร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ ความสะดวกสบายในการให้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ เดินที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพรรณ ภูมิภมร (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อมากที่สุด คือ ที่จอดรถสะดวก

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด และให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ น้อยที่สุด โดยสามารถสรุป 10 ลำดับที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน และปัญหาของผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ได้ดังตารางที่ 5.1 -5.6



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	คุณภาพรถยนต์	ด้านผลิตภัณฑ์	4.78	มากที่สุด
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ด้านราคา	4.66	มากที่สุด
3	สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.64	มากที่สุด
4	รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง	ด้านผลิตภัณฑ์	4.63	มากที่สุด
5	สามารถต่อรองราคาได้	ด้านราคา	4.61	มากที่สุด
6	ติดป้ายบอกราคาชัดเจน	ด้านราคา	4.56	มากที่สุด
7	ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น	ด้านราคา	4.55	มากที่สุด
8	เจ้าหน้าที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	4.51	มากที่สุด
9	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียน อุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถม การประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น	ด้านการส่งเสริม การตลาด	4.50	มากที่สุด
10	จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ	ด้านการส่งเสริม การตลาด	4.17	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ที่มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพรถยนต์ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการ
 เลี้ยวชนหนัก) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
 บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัทมี ความเหมาะสม	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	1.88	น้อย
2	พนักงานของบริษัทแต่งกายสุภาพ เหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของบริษัท	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	2.02	น้อย
3	การติดตั้งอุปกรณ์เสริมเสร็จตาม กำหนดเวลานัดหมาย	ด้านกระบวนการ ให้บริการ	2.18	น้อย
4	มีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้าดูนอก สถานที่	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	2.23	น้อย
5	การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง เครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	ด้านการส่งเสริม การตลาด	2.24	น้อย
6	จำนวนห้องน้ำรองรับบริการลูกค้า อย่างเพียงพอ	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	2.26	น้อย
7	มีบริการติดต่อสถาบันการเงินของ เด็นท์รถยนต์	ด้านราคา	2.67	ปานกลาง
8	ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ ให้บริการ	ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	2.73	ปานกลาง

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
9	พนักงานมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	ด้านบุคลากร	2.75	ปานกลาง
10	ความยากง่ายในการหาอะไหล่เพื่อ ซ่อมแซมภายหลัง	ด้านผลิตภัณฑ์	2.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ที่มีค่าเฉลี่ย
น้อยสุด 3 ลำดับแรก คือ ระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัทที่มีความเหมาะสม ปัจจัยย่อยลำดับถัดมา
คือ พนักงานของบริษัทแต่งกายสุภาพเหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของบริษัท และการติดตั้ง
อุปกรณ์เสริมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ			
	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเสียหาย หนัก) (4.59: มากที่สุด)	คุณภาพรถยนต์ (4.81: มากที่สุด)	คุณภาพรถยนต์ (4.78: มากที่สุด)	คุณภาพรถยนต์ (4.72: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ดีดป้ายบอกราคา ชัดเจน (4.84: มากที่สุด)	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ (4.67: มากที่สุด)	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ (4.62: มากที่สุด)	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ (4.74: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	การจัดแสดงรถยนต์ เป็นหมวดหมู่ตาม ยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.21: มากที่สุด)	การจัดแสดงรถยนต์ เป็นหมวดหมู่ตาม ยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.05: มาก)	การจัดแสดง รถยนต์เป็น หมวดหมู่ตาม ยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.10: มาก)	การจัดแสดง รถยนต์เป็น หมวดหมู่ตาม ยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.21: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	มีการให้สิทธิพิเศษ แก่ลูกค้า เช่น การลด อัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิด ค่าธรรมเนียมจด ทะเบียนแถมอุปกรณ์ ตกแต่งที่ลูกค้า ต้องการแถมการ ประกัน กัยรถยนต์ เป็นต้น (4.74: มากที่สุด)	มีการให้สิทธิพิเศษ แก่ลูกค้า เช่น การ ลดอัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิด ค่าธรรมเนียมจด ทะเบียนแถม อุปกรณ์ตกแต่งที่ ลูกค้าต้องการแถม การประกัน กัย รถยนต์ เป็นต้น (4.41: มากที่สุด)	มีการให้สิทธิ พิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตรา ดอกเบี้ยไฟแนนซ์ การไม่คิดค่า ธรรมเนียมจด ทะเบียนแถม อุปกรณ์ตกแต่งที่ ลูกค้าต้องการแถม การประกัน กัย รถยนต์ เป็นต้น (4.62: มากที่สุด)	จัดกิจกรรม เพื่อให้ลูกค้าได้ ซื้อรถยนต์ใน ราคาถูกลงหรือ ได้รับของ สมนาคุณใน โอกาสพิเศษ (4.40: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ			
	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ปัจจัยด้านบุคลลากร	พนักงานใช้คำพูด สื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจน (3.58: มาก)	พนักงานใช้คำพูด สื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจน (4.11: มาก)	พนักงานใช้คำพูด สื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจน (4.22: มากที่สุด)	พนักงานมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (4.27: มากที่สุด)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ความถูกต้องในการ ให้บริการ เช่น การ บันทึกประวัติลูกค้า , การนำส่งรถยนต์ ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.95: มาก)	ความถูกต้องในการ ให้บริการ เช่น การ บันทึกประวัติลูกค้า , การนำส่งรถยนต์ ได้อย่างถูกต้อง เป็น ต้น (3.81: มาก)	ความถูกต้องใน การให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติ ลูกค้า, การนำส่ง รถยนต์ได้อย่าง ถูกต้อง เป็นต้น (3.86: มาก)	ระยะเวลาในการยื่น และรอการอนุมัติ สินเชื่อรวดเร็วตรง ความต้องการ (3.95: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	เต็นท์รถยนต์มี ชื่อเสียงเป็นที่ ยอมรับ (4.19: มาก)	เต็นท์รถยนต์มี ชื่อเสียงเป็นที่ ยอมรับ (4.49: มากที่สุด)	เต็นท์รถยนต์มี ชื่อเสียงเป็นที่ ยอมรับ (4.51: มากที่สุด)	เต็นท์รถยนต์มี ชื่อเสียงเป็นที่ ยอมรับ (4.65: มากที่สุด)

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพรถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คิดป้ายบอกราคาชัดเจน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิดค่า ธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกัน ภัย รถยนต์ เป็นต้น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้าน การส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับ ของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อย ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน ในขณะที่ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อย ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติ ลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระยะเวลาในการยื่นและรอ การอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ	เกษตรกร
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (4.76: มากที่สุด)	คุณภาพรถยนต์ (4.76: มากที่สุด)	คุณภาพรถยนต์ (4.86: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	สามารถต่อรองราคาได้ (4.69: มากที่สุด)	สามารถต่อรองราคาได้ (4.76: มากที่สุด)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.80: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.10: มาก)	การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.15: มาก)	การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (3.97: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (4.47: มากที่สุด)	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (4.51: มากที่สุด)	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (4.52: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ	เกษตรกร
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (4.20: มาก)	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (4.07: มาก)	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (4.14: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.78: มาก)	ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.86: มาก)	ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.84: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เต็นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (4.43: มากที่สุด)	เต็นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (4.54: มากที่สุด)	เต็นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (4.55: มากที่สุด)

จากตารางที่ 5.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ และ เกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพรถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน และ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถต่อรองราคาได้ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน
ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ และ เกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่อง
ทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน
ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ และ เกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม
การตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่
คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกัน ภัยรถยนต์ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน
ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ และ เกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน
ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ และ เกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้าน
กระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า
, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน
ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ และ เกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพรถยนต์ (4.80: มากที่สุด)	คุณภาพรถยนต์ (4.80: มากที่สุด)	คุณภาพรถยนต์ (4.73: มากที่สุด)	คุณภาพรถยนต์ (4.79: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ดีดป้ายบอกราคาชัดเจน (4.73: มากที่สุด)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.73: มากที่สุด)	ดีดป้ายบอกราคาชัดเจน (4.68: มากที่สุด)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.68: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (3.97: มาก)	การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (3.97: มาก)	การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.14: มาก)	การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.24: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียน อุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถม การประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (4.62: มากที่สุด)	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียน อุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถม การประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (4.41: มากที่สุด)	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียน อุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถม การประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (4.52: มากที่สุด)	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียน อุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถม การประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (4.49: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจน (4.28: มากที่สุด)	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจน (4.10: มาก)	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจน (4.09: มาก)	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจน (4.11: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.85: มาก)	ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.77: มากที่สุด)	ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.86: มากที่สุด)	ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.83: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เดินที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (4.31: มากที่สุด)	เดินที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (4.49: มากที่สุด)	เดินที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (4.63: มากที่สุด)	เดินที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (4.60: มากที่สุด)

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพรถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ดึงป้ายบอกราคาชัดเจน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกัน ภัยรถยนต์ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เติ้นที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ	ไม่ซื้อ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพรถยนต์ (4.76: มากที่สุด)	คุณภาพรถยนต์ (4.78: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ดีดป้ายบอกราคาชัดเจน (4.70: มากที่สุด)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.66: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.08: มาก)	การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (4.10: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิดค่า ธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถม การประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (4.39: มากที่สุด)	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิดค่า ธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถม การประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (4.52: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.25: มากที่สุด)	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (4.11: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.81: มาก)	ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (3.83: มาก)

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ	ไม่ซื้อ
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เต็มทีรถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ ยอมรับ (4.42: มากที่สุด)	เต็มทีรถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ ยอมรับ (4.52: มากที่สุด)

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพรถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ดูป้ายบอกราคาชัดเจน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียน แลมอบปรณต์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกัน ภัยรถยนต์ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษานี้ ทำให้ผู้ศึกษาทราบส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ทางผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ตามข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพรถยนต์ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) และรูปลักษณะภายนอกที่สวยงามและมีอุปกรณ์ตกแต่งพร้อม โดยคัดเลือกรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ที่มีคุณภาพสูง ไม่ประวัติการเฉี่ยวชนหนัก ควรมีการตรวจสอบประวัติการบำรุงรักษารถยนต์ในอดีตว่า ผู้ใช้รถก่อนหน้านั้น ได้มีการปรับเปลี่ยนหรือซ่อมแซมส่วนใดของรถยนต์ไปแล้วบ้างอีกด้วย โดยควรเริ่มตรวจตั้งแต่ห้องเกียร์ ซ็อกอัพ แหนบ พวงมาลัย เฟืองท้าย และช่วงล่างในส่วนอื่นๆ ถ้ามีสิ่งใดผิดปกติ เช่น มีน้ำมันไหลออกมาจากบางแห่ง มีส่วนหัก บิด งอ หรือแหนบซ้อนกันไม่เป็นระเบียบ หรือไม่เป็นต้น นอกจากนั้น ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองควรให้ความสำคัญกับสีของรถยนต์ที่นำมาจำหน่าย โดยควรเลือกสีของรถยนต์ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค อาทิเช่น สีบรอนซ์เงิน สีขาว และ สีดำ เป็นต้น เพื่อลดปัญหารถยนต์ไม่ถูกจำหน่ายไม่ออก เป็นการรักษาสภาพคล่อง และเน้นรถยนต์ในกลุ่มยี่ห้อ โตโยต้า อีซูซุ และ ฟอर्ड เนื่องจากเป็นยี่ห้อที่บริโภคต้องการ หรือ คิดเป็นร้อยละ 83.25 ของความต้องการรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองทั้งหมด อีกทั้งยังสามารถหาอะไหล่รถในการซ่อมบำรุงได้ง่าย และ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองควรเลือก

ขนาดของเครื่องยนต์ ของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ขนาด 2,500 cc. และ 3,000 cc. มาจำหน่ายเป็นหลักอีกด้วย

เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ ในเรื่องรถยนต์ที่มีสมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์ดี ช่วงล่างดี เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรจัดการซ่อมบำรุง หรือปรับแต่งรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่นำมาจำหน่ายให้มีสมรรถภาพ พร้อมใช้งานตามที่ผู้บริโภคต้องการ อีกทั้งปัญหาที่พบจากการศึกษา ยังพบว่า มีระบบเครื่องยนต์ของรถยนต์ เสียหลังซื้อไปไม่นาน รวมถึงไม่รับผิดชอบค่าอะไหล่และค่าซ่อม ในกรณีรถยนต์มีปัญหา และ เต็มที่บางแห่งมีการปรับเลขไมล์รถยนต์ให้ต่ำกว่าความเป็นจริง ด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองควรมีการรับประกันหลังการขาย ในด้านสำคัญๆ เช่น รับประกันสี เครื่องยนต์ และแชสซี เป็นต้น และกำหนดว่าจะมีการรับประกันนานเท่าไร หลังจากซื้อ เช่น 3 เดือน หรือ 6 เดือน เป็นต้น เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และยังเป็น การช่วยกระตุ้น การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ด้วย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองควร ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึงเรื่อง การบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่าโดยมีการตีราคาให้ ผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรกำหนดเกณฑ์ที่ชัดเจนในการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ารถยนต์ของเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง อาจจะไม่มีความแตกต่างกันมากนัก แต่ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง สามารถสร้างความแตกต่างในด้านการให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่อสร้างคุณค่าการรับรู้ (Perceived Value) ในด้านการให้บริการได้รับจากผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง เช่น การบริการหลังการขาย การให้คำปรึกษาเรื่องการซ่อมบำรุงรถยนต์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย และเต็มใจจะจ่าย (Willingness To Pay) และยังเป็น การเสริมชื่อเสียงของทางผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ดียิ่งขึ้นด้วย

และจากการศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำนวนตามอายุ และจำแนกตาม อาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป และกลุ่มอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษตรกร จะให้ความสำคัญ ในปัจจัยย่อยเรื่อง คุณภาพรถยนต์ ในขณะที่ กลุ่มอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน จะให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่อง รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง ดังนั้น หากผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ต้องการเน้นกลุ่มลูกค้าอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษตรกร ควรให้ความสำคัญกับการสรรหารยนต์ที่มีคุณภาพสูง

เข้ามายังเห็นทีรถของผู้ประกอบการ แต่ถ้าผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ต้องการเน้นกลุ่มลูกค้าอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน ควรนำเสนอรูปลักษณ์ภายนอกของรถยนต์ พร้อมอุปกรณ์ตกแต่ง ที่ครบครันให้แก่ลูกค้าในกลุ่มนี้ อีกด้วย

ปัจจัยด้านราคา

เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้น มีการค้นหา ตรวจสอบราคาารถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองและ เปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองควรมีการตรวจสอบราคาตลาด หรือราคาทั่วไปตามสถานประกอบการอื่น ๆ และตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ โดยกำหนดราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้สามารถต่อรองได้จากราคาที่ตั้งไว้ โดยมีการติดราคาป้ายให้ชัดเจน และราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองควรอยู่ในช่วง 200,001 - 400,000 บาท เนื่องจากเป็นช่วงราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการซื้อ และอาจจะกำหนดเงื่อนไขการให้ส่วนลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็นเงินสดไว้ด้วย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรมีความหลากหลายของราคาารถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ผู้บริโภคได้เลือก และ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรมีการแจ้งเรื่องค่าธรรมเนียมการโอนรถยนต์ให้ชัดเจนว่าฝ่ายใดเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนนี้ อีกด้วย

และจากการศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำนวนตามอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพเกษตรกร จะให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ดังนั้น หากผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ต้องการเน้นกลุ่มลูกค้าอาชีพเกษตรกร ควรนำเสนอรถยนต์ที่มีความคุ้มค่าในเชิงการใช้งาน เนื่องจากโดยปกติ ลูกค้ากลุ่มนี้มักซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง เพื่อการประกอบธุรกิจทางการเกษตร จึงไม่ควรนำเสนอรถยนต์ที่มีราคาสูง หรือ เน้นอุปกรณ์เสริมมากนัก แต่ควรเน้นสมรรถนะดี ในราคาที่เหมาะสมประกอบกัน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่องการจัดแสดงรถยนต์ โดยมีการจัดรถยนต์ให้เป็นหมวดหมู่ แบ่งเป็นพื้นที่เป็นสัดส่วนตามยี่ห้อ รุ่น ปี สีของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และหากมีผู้สนใจต้องการเปิดเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือ

สองใหม่ ควรให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้ง ที่สะดวกต่อการเดิน และควรมีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถให้กับลูกค้าที่มาซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง เช่น จัดสถานที่จอดรถให้เป็นระเบียบ มีช่องทางการเดินรถที่สะดวกปลอดภัย เป็นต้น อีกด้วย อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษา พบว่าการมีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้าดูนอกสถานที่ นั้นมีผลต่อการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ในระดับน้อย ดังนั้น ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองไม่ควรนำมาเป็นประเด็นหลักในการนำเสนอลูกค้า หรืออำนวยความสะดวกในเรื่องดังกล่าวมากนัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรคำนึงถึงเรื่อง การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์ การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น เนื่องเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ในระดับมากที่สุด และควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ ด้วย เพื่อให้ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองสามารถจำหน่ายรถยนต์ออกไปได้เร็ว ไม่ต้องเก็บรถยนต์ไว้นาน ซึ่งจะทำให้เกิดต้นทุนของการเก็บรักษาเพิ่มขึ้น อีกทั้งจะส่งผลต่อการตั้งราคาเพื่อการแข่งขันกับ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองรายอื่นอีกด้วย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรเลือกการโฆษณาในหนังสือรถยนต์ และ ผ่านทางแผ่นพับใบปลิว ป้ายต่างๆ เป็นหลัก เพื่อเป็นการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่มีจำหน่ายแก่ลูกค้าทราบด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรมีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น เพื่อเป็นการดูแลลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ซื้อ ไปอีกด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่องการใช้คำพูดสื่อสารที่เข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจนของพนักงาน โดยพนักงานต้องสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และเพื่อให้ตอบสนองเรื่องที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ทางผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรมีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานในด้านการให้บริการ และด้านการปฏิบัติงาน อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุก ๆ

ด้าน โดยเน้นการเอาใจใส่ลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจ และควรมีการทดสอบความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อกระตุ้นให้พนักงานพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเรื่องการประเมินราคารถยนต์เก่าของลูกค้า ซึ่งแจ้งเกณฑ์ที่ทางผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ใช้ในการประเมิน เช่น รุ่น ปี ระยะเวลาของไมล์ในการใช้รถยนต์ เป็นต้น เพื่อให้เกิดความชัดเจนของการประเมิน และได้ราคาที่เป็นธรรมสำหรับลูกค้า อีกด้วย

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรมีการฝึกอบรมและปลูกจิตสำนึกและทัศนคติที่ดีต่องานด้านการขายด้วย เพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้น และสามารถให้บริการลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ มีความเข้าใจ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพราะการรักษาฐานลูกค้าเดิมมีต้นทุนต่ำกว่าการหาลูกค้ารายใหม่หลายเท่าตัว และพนักงานเป็นผู้ที่ต้องดูแลและใกล้ชิดลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีการบอกต่อลูกค้ารายใหม่ให้กับทางกิจการของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองด้วย

และจากการศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำนวนตามอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จะให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่อง พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ดังนั้น หากผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง มีลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเข้ามาใช้บริการ ควรกำชับกับพนักงานในเรื่องการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็วในการให้บริการ และควรปลูกฝังจิตสำนึกด้านการบริการ หรือ การสร้างจิตสำนึกในงานบริการ (Service Mind) ให้กับพนักงานของเด็ทท์รถให้มากขึ้น และ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการคัดเลือกและอบรมพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ มีอริยาศัย และมารยาทที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแรกพบ (First Impression) อีกด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่อง ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ ที่รวดเร็วตรงตามความต้องการของลูกค้า และความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น โดยผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรกำหนดขั้นตอนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน ประกอบกับระยะเวลาในแต่ละขั้นอย่างชัดเจน อาทิเช่น เริ่มต้นตั้งแต่ลูกค้าเข้ามายังเด็ทท์รถยนต์ พนักงานขาย

จะต้องต้อนรับลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ในการเข้ารับบริการแต่ละครั้งของลูกค้า หากลูกค้า เป็นลูกค้ารายใหม่ หรือไม่เคยเข้ามายังเต็นท์รถยนต์ ทางผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วน บุคคลมือสอง ควรมีการสอบถาม และชี้แจงรายละเอียดของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองแต่ละ รุ่น หรือ แต่ละประเภท ด้วย มีการชี้แจงเหตุผลให้ลูกค้าได้ทราบว่าถึงคุณภาพของรถยนต์บรรทุกส่วน บุคคลมือสอง ของเต็นท์รถยนต์ ควรให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ให้ตรงกับความต้องการและความ พร้อมทางการเงินของผู้ซื้อด้วย เช่น ผู้ซื้อที่มีงบประมาณจำกัดควรแนะนำรุ่นที่ราคาไม่แพงมากนัก แต่สามารถใช้งานตามความต้องการของลูกค้าได้ ส่วนผู้ซื้อที่มีงบประมาณมาก ควรแนะนำรถยนต์ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงและมีอุปกรณ์ตกแต่งครบ เป็นต้น

และจากการศึกษา ส่วนประชากรตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุก ส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำนวนตามอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จะให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่อง ระยะเวลาในการขึ้นและรอกการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความ ต้องการ ดังนั้น หากผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง มีลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเข้า มารับบริการควรเน้นย้ำกับพนักงานของกิจการให้อธิบายระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อโดยละเอียด เช่น ถ้าลูกค้ามีเอกสารครบตามที่ทางธนาคารกำหนด ลูกค้าจะทราบผลการอนุมัติสินเชื่อ ภายใน 7 วัน เป็นต้น

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่อง ชื่อเสียง ของเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน และการมีสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกหรือบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น โดย ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรมุ่งเน้นในด้านภาพลักษณ์ของการเป็น เต็นท์มือสองที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ในการตรวจเช็ค สภาพของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความมั่นใจ ให้แก่ลูกค้าด้วย และผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรจัดทำป้ายชื่อบริษัท ให้มองเห็นเด่นชัด เพิ่มความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้า นอกจากนี้ ควรจัดเพิ่มเก้าอี้ ม้านั่งให้ ลูกค้าได้นั่งพักผ่อน ขณะรอเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้เกิดความสะดวกสบายมาก ยิ่งขึ้น อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยเรื่องจำนวนห้องน้ำ ชุดฟอร์มของบริษัท และ ระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัท นั้นมีผลต่อการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอ

เมืองลำพูน ในระดับน้อย ดังนั้น หากผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ต้องการปรับปรุงกิจการ อาจจะนำประเด็นดังกล่าวมาพิจารณาปรับปรุงเป็นลำดับหลัง

เมื่อกล่าวโดยสรุปแล้วจากข้อค้นที่ได้จากการศึกษา ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง คุณภาพรถยนต์ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเสียหายหนัก) และรูปลักษณะภายนอกที่สวยงามและมีอุปกรณ์ตกแต่งพร้อม ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การตรวจสอบราคาตลาด หรือราคาทั่วไปตามสถานประกอบการอื่น ๆ และตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ โดยกำหนดราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้สามารถต่อรองได้จากราคาที่ตั้งไว้ โดยมีการคิดราคาป้ายให้ชัดเจน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่องการจัดแสดงรถยนต์ โดยมีการจัดรถยนต์ให้เป็นหมวดหมู่ แบ่งเป็นพื้นที่เป็นสัดส่วนตามยี่ห้อ รุ่น ปี สีของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรคำนึงถึงเรื่อง การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์ การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่องการใช้คำพูดสื่อสารที่เข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจนของพนักงาน โดยพนักงานต้องสามารถให้คำปรึกษา แนะนำได้ถูกต้อง มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่อง ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ ที่รวดเร็วตรงตามความต้องการของลูกค้า และความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ควรให้ความสำคัญในเรื่อง ชื่อเสียงของเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ป้ายชื่อบริษัทเห็น ได้ชัดเจน และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น