

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย จากผู้จดทะเบียนใช้รถจักรยานยนต์ หรือเจ้าของรถจักรยานยนต์ หรือผู้ใช้รถจักรยานยนต์ที่นำรถเข้าใช้บริการที่ร้านเคียมฮวดเจริญยนต์ ร้านปริชาทการ ร้านส.เจริญยนต์ ร้านเค.พี.เอ็น. พลัส ร้านสกลการวัฒนา ยามาฮ่าสแควร์ บริษัท สีมิตรมหาชัย จำกัด บริษัท ชลธาร ออโต้ไบค์ และบริษัท ปิยะมิตรมอเตอร์ จำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าของรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

จากการศึกษาพบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์ขนาด 101-150 ซีซี ส่วนใหญ่ใช้ยี่ห้อ HONDA และใช้งานมาแล้ว 1-2 ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

จากการศึกษาพบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์ และซ่อมบำรุง เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด โดยมีลักษณะของการเคยใช้บริการ คือเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง มีความถี่ในการใช้บริการจำนวน 2 ครั้งภายในระยะเวลา 1 ปี และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในแต่ละครั้ง เป็นจำนวนไม่เกิน 500 บาท ส่วนใหญ่มีเพื่อนและผู้ร่วมงานเป็นบุคคลแนะนำในการใช้บริการ โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการคือมีอะไหล่ให้เลือกหลากหลายค่อนข้างครบ และเลือกใช้บริการจากแหล่งร้านซ่อมจักรยานยนต์ที่ใช้บริการเป็นประจำ หากเจ้าของรถจักรยานยนต์ ต้องการเปลี่ยนอะไหล่ ส่วนใหญ่จะให้ร้านจำหน่ายอุปกรณ์จัดหาให้ โดยชนิดของอะไหล่ที่เปลี่ยนนิยมใช้เป็นของแท้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของเจ้าของรถจักรยานยนต์ในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้

ความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสในการใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสาเหตุการให้บริการจากร้านซ่อมบำรุง มากที่สุด เหมือนกัน คือ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด ยกเว้น อายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป มีสาเหตุการให้บริการจากร้านซ่อมบำรุงมากที่สุด คือ เมื่อประสบอุบัติเหตุและเสียหาย

ความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสในการใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสาเหตุการให้บริการจากร้านซ่อมบำรุง มากที่สุด เหมือนกัน คือ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด ยกเว้น อายุไม่เกิน 20 ปี มีสาเหตุการให้บริการจากร้านซ่อมบำรุงมากที่สุด คือ เมื่อประสบอุบัติเหตุและเสียหาย

ความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสในการใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสาเหตุการให้บริการจากร้านซ่อมบำรุง มากที่สุด เหมือนกัน คือ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด

ความสัมพันธ์ระหว่างบริการที่เคยใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการเคยใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง มากที่สุด เหมือนกัน คือ เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างบริการที่เคยใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการเคยใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง มากที่สุด เหมือนกัน คือ เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง ยกเว้นบริษัทเอกชน มีการเคยใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง มากที่สุด คือ เปลี่ยนอะไหล่

ความสัมพันธ์ระหว่างบริการที่เคยใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการเคยใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง มากที่สุด เหมือนกัน คือ เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง ยกเว้นรายได้ 5,001-10,000 บาท มีการเคยใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง มากที่สุด คือ เปลี่ยนอะไหล่

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี มากที่สุด เหมือนกัน คือ 2 ครั้ง ยกเว้น อายุ 21 - 30 ปี มีความถี่ในการใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี มากที่สุด คือมากกว่า 5 ครั้ง

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป มีความถี่ในการใช้บริการร้านฯ

ภายใน 1 ปี มากที่สุด คือ 2 ครั้ง ยกเว้น อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และแม่บ้าน/นักเรียน / นักศึกษา มีความถี่ในการใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี มากที่สุด มากกว่า 5 ครั้ง

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี มากที่สุด คือ มากกว่า 5 ครั้ง รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป มีความถี่ในการใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี มากที่สุด คือ 2 ครั้ง

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีขึ้นไป และอายุ 31-40 ปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการร้านฯ มากที่สุด คือ จำนวนเงิน 501-1,000 บาท อายุ 21-30 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการร้านฯ มากที่สุด คือ จำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการและค้าขาย มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการร้านฯ มากที่สุด คือ จำนวนเงิน 501-1,000 บาท อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รับจ้างทั่วไป และแม่บ้าน / นักศึกษา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการร้านฯ มากที่สุด คือ จำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการร้านฯ มากที่สุด เหมือนกันคือจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านบริการ จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านบริการ มากที่สุด เหมือนกัน คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านบริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านบริการ มากที่สุด เหมือนกัน คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านบริการ มากที่สุด เหมือนกัน คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกร้านบริการ จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 21-30 ปี มีเหตุผลในการเลือกร้านบริการ มากที่สุด คือ มีอะไหล่หลากหลาย

อายุ 31-40 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป มีเหตุผลในการเลือกร้านบริการ มากที่สุด คือ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก

ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกร้านบริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย มีเหตุผลในการเลือกร้านบริการมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รับจ้างทั่วไป และแม่บ้าน/นักศึกษามีเหตุผลในการเลือกร้านบริการมากที่สุด คือ มีอะไหล่หลากหลาย

ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกร้านบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท และรายได้ 5,001-10,000 บาท มีเหตุผลในการเลือกร้านบริการ มากที่สุด คือ มีอะไหล่หลากหลาย รายได้ 10,001-20,000 บาท มีเหตุผลในการเลือกร้านบริการ มากที่สุด คือ คุณภาพของงานซ่อมบำรุงดี และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีเหตุผลในการเลือกร้านบริการ มากที่สุด คือ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก

ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกบริเวณร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเลือกบริเวณร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ มากที่สุด เหมือนกัน คือเลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ

ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกบริเวณร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเลือกบริเวณร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ มากที่สุด เหมือนกัน คือเลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ

ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกบริเวณร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเลือกบริเวณร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ มากที่สุด เหมือนกัน คือเลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาอะไหล่รถจักรยานยนต์ จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้จัดหาอะไหล่รถจักรยานยนต์ มากที่สุด เหมือนกัน คือ ร้านจำหน่ายจัดหาให้ ยกเว้นอายุ 41 ปีขึ้นไป มีผู้จัดหาอะไหล่รถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ จัดหาด้วยตนเอง

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาอะไหล่รถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้จัดหาอะไหล่รถจักรยานยนต์ มากที่สุด เหมือนกัน คือ ร้านจำหน่ายจัดหาให้

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาอะไหล่รถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้จัดหาอะไหล่รถจักรยานยนต์ มากที่สุด เหมือนกัน คือ ร้านจำหน่ายจัดหาให้

ความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีชนิดของอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน มากที่สุด เหมือนกัน คือ ต้องการเปลี่ยนอะไหล่แท้

ความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีชนิดของอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน มากที่สุด เหมือนกัน คือ ต้องการเปลี่ยนอะไหล่แท้

ความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีชนิดของอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน มากที่สุด เหมือนกัน คือ ต้องการเปลี่ยนอะไหล่แท้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

จากการศึกษาพบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จัดอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ สำคัญมาก โดยเรียงตามระดับความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง โดยเรียงตามระดับความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.87) มีปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85) มีปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.56) มีปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.47) มีปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.40) มีปัจจัยย่อยในระดับมาก ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.25) มีปัจจัยย่อยลำดับแรกในระดับมาก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.21) มีปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อเจ้าของรถจักรยานยนต์ในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์ และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาครจำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จำแนกตามอายุ พบว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เรียงตามลำดับ ดังนี้ 21-30 ปี คือ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.11) อายุไม่เกิน 20 ปี คือ มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.01) อายุ 31-40 ปี คือ มีบริการตรวจ

สภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และอายุ 41 ปีขึ้นไป คือ อายุการใช้งานของอะไหล่ หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.86)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ให้ความสำคัญต่อบัจจีย่อยลำดับแรก เรียงตามลำดับ ดังนี้ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คือ อายุการใช้งานของอะไหล่ หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.23) อาชีพรับราชการและแม่บ้าน / นักศึกษา คือ มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.04) อาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ คือ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.01) และอาชีพรับจ้างทั่วไป คือ อายุการใช้งานของอะไหล่ หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.90)

จำแนกตามรายได้ พบว่า ให้ความสำคัญต่อบัจจีย่อยลำดับแรก เรียงตามลำดับ ดังนี้ รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คือ มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คือ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.10) รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป คือ มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คือ มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ปัจจัยด้านราคา

จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจีย่อยลำดับแรกเหมือนกัน ดังนี้ อายุไม่เกิน 20 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.88) อายุไม่เกิน 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.81) อายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.74) และอายุ 40 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.72) คือ ราคาซ่อมแซมเหตุสมผล

จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจีย่อยลำดับแรกเหมือนกัน ดังนี้ อาชีพรับราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) อาชีพค้าขาย (ค่าเฉลี่ย 3.78) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.01) อาชีพรับจ้าง (ค่าเฉลี่ย 3.60) และอาชีพแม่บ้านและนักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.87) คือ ราคาซ่อมแซมเหตุสมผล

จำแนกตามรายได้ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจีย่อยลำดับแรกเหมือนกัน ดังนี้ รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.75) รายได้ 5,001-10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.76) รายได้ 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.90) และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.81) คือ ราคาซ่อมแซมเหตุสมผล

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย

จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจีย่อยลำดับแรก เรียงตามลำดับ ดังนี้ อายุ 21-30 ปี คือ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.64) อายุไม่เกิน 20 ปี คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.53) อายุ 31-40 ปี

คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.43) และอายุ 41 ปีขึ้นไป คือ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.35)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เรียงตามลำดับ ดังนี้ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.68) อาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.63) อาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) อาชีพรับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.45) คือ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง และอาชีพรับราชการ คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.18)

จำแนกตามรายได้ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ รายได้ 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.71) รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.65) รายได้ 5,001-10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.46) รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.41) คือ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง ร

ปัจจัยด้านบุคคล

จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.18) อายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.16) และอายุ 41 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.98) คือ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน

จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.32) อาชีพรับราชการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) อาชีพแม่บ้าน/ นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.12) อาชีพรับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.08) อาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) คือ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน

จำแนกตามรายได้ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เรียงตามลำดับ ดังนี้ รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.26) รายได้ 5,001-10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.16) และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.13) คือ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน และรายได้ 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.18) คือ ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการลูกค้า

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เรียงตามลำดับ ดังนี้ อายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.86) อายุไม่เกิน 20 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.83) และอายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.71) คือ ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย และอายุ 41 ปีขึ้นไป คือ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.06) อาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) อาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.89) อาชีพรับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.83) รับราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) คือ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ

จำแนกตามรายได้ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.00) รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.96) รายได้ 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.88) และรายได้ 5,001-10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.87) คือ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ อายุไม่เกิน 20 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.87) อายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.86) อายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.64) และอายุ 41 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.63) คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.94) อาชีพแม่บ้าน/นักศึกษ (ค่าเฉลี่ย 3.84) อาชีพรับราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) อาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และอาชีพรับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.66) คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

จำแนกตามรายได้ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ รายได้ 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.88) 5,001-10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.78) รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.76) รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.75) คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการ

จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ อายุไม่เกิน 20 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.06) อายุ 21-30 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.93) อายุ 31-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.80) อายุ 41 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.70) คือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อน

จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก เรียงตามลำดับ ดังนี้ อาชีพรับราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) คือ มีการโทรให้มารับรถ / บริการรับส่งรถแก่ลูกค้า พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 4.04) อาชีพรับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.91) อาชีพแม่บ้าน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.90) คือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม และอาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) คือ มีการให้บริการที่รวดเร็ว

จำแนกตามรายได้ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกเหมือนกัน เรียงตามลำดับ ดังนี้ รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.95) รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.91) รายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.88) และรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.86) คือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เจ้าของรถจักรยานยนต์ประสบในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุความรุนแรงในระดับปานกลาง ได้แก่ อะไหล่ที่ใช้ไม่มียี่ห้อ ไม่มีการรับประกันอายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง งานซ่อมไม่มีคุณภาพ ไม่มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก

ปัจจัยด้านราคา พบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ปัญหาด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุความรุนแรงในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าซ่อมไม่สมเหตุสมผล ราคาค่าซ่อมไม่ต่ำกว่าคู่แข่ง ราคาค่าซ่อมไม่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง ไม่มีการให้เครดิต / ไม่ให้ใช้บัตรเครดิตในการชำระเงิน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับปานกลาง พบว่า ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุความรุนแรงในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ไกลจากที่ทำงาน สถานที่ให้บริการอยู่ไกลจากที่พักอาศัย สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการเดินทาง สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถไม่เพียงพอ

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ปัญหาด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุความรุนแรงในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ให้บริการไม่มีความรู้ ความสามารถในการทำงาน

ผู้ให้บริการ ไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ผู้ให้บริการพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม ผู้ให้บริการแต่งกายไม่สุภาพเรียบร้อย

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุความรุนแรงในระดับปานกลาง ได้แก่ ให้ข้อมูลการบริการไม่ครบถ้วน ไม่มีคู่มือส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน ผู้ให้บริการให้คำแนะนำไม่ถูกต้องและไม่น่าเชื่อถือ ไม่มีการให้ส่วนลดบริการเป็นเงินสด และไม่มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับปานกลาง พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุความรุนแรงในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ไม่มีห้องรับรองและห้องน้ำ สถานที่ไม่มีความสะอาดเรียบร้อย เป็นร้านที่ไม่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ อากาศถ่ายเทไม่ดี และแสงสว่างไม่เพียงพอ

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า เจ้าของรถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าปัญหาด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุความรุนแรงในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม การบริการไม่รวดเร็ว ไม่มีการนัดหมายที่ตรงเวลา ไม่มีป้ายบอกแผนของงานซ่อม ไม่มีการโทรให้มารับรถ / ไม่มีบริการรับส่งรถให้แก่ลูกค้า เวลาเปิด-ปิดของร้านไม่สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาครในครั้งนี้สามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ สำคัญมาก โดยเรียงตามระดับความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง โดยเรียงตามระดับความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดแต่ละปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ มีบริการตรวจสอบรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ และอายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุงเท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล จิระชิตกุล (2546) ซึ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ให้การเลือกใช้บริการของอู่พ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมืองลำปาง และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คือ อายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่น

ปัจจัยด้านราคา (Price)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ราคาซ่อมสมเหตุสมผลซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล จิระชิตกุล (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ ราคาซ่อมสมเหตุสมผลใกล้เคียงกับคู่แข่ง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล จิระชิตกุล (2546) ซึ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ให้การเลือกใช้บริการของอู่พ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมืองลำปาง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ ความสะดวกในการเดิน และ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กุสุมา อภิวรรณกุล (2546) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ การสามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้ และมีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล จิระชิตกุล (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ และ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กุสุมา อภิวรรณกุล

(2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ การจัดโปรโมชั่น และการให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปี

ปัจจัยด้านบุคคล (People)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล จิระชิตกุล (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับการศึกษาของ กุสุมา อภิวรรณกุล (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจ การมีพนักงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว สร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล จิระชิตกุล (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ อากาศถ่ายเทและแสงสว่างเพียงพอ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล จิระชิตกุล (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ เวลาเปิด-ปิดของอุ้งสะดวกต่อการใช้บริการ

ข้อค้นพบ

1. จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสในการใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง นอกจากเมื่ออะไหล่บางรายการชำรุดแล้ว ยังมีกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อาชีพรับราชการที่มีโอกาสในการใช้บริการเมื่อประสบอุบัติเหตุและเสียหาย

2. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการด้านเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี และผู้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ยังให้ความสำคัญด้านการตกแต่งให้สวยงามและการเปลี่ยนอะไหล่อีกด้วย

3. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่ 2 ครั้ง/ปี สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี ผู้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน/นักศึกษา ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท และรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง

4. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยไม่เกิน 500 บาท สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 31-40 ปี อาชีพรับราชการ อาชีพค้าขาย มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 501-1,000 บาท

5. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ คือ มีอะไหล่ให้เลือกหลากหลายค่อนข้างครบ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี อายุ 41 ปีขึ้นไป อาชีพรับราชการ อาชีพค้าขาย และผู้ที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีเหตุผลในการเลือก คือ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก และผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีเหตุผลในการเลือก คือ คุณภาพของงานซ่อมบำรุงดี

6. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกร้านจัดจำหน่ายเป็นผู้จัดหาอะไหล่ให้ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป เลือกจัดหาอะไหล่ด้วยตัวเอง

7. จากการศึกษาปัจจัยด้านบุคคลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน สำหรับผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า

8. จากการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการที่ผู้ให้บริการมีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบอีกด้วย เมื่อพิจารณาจากอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 31-40 ปี ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ และแม่บ้าน/นักศึกษา ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,001-10,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไปยังให้ความสำคัญต่อบริการที่ผู้ให้บริการมีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบอีกด้วย

9. จากการศึกษาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบุความรุนแรงของปัญหาต่อบริการที่ผู้ให้บริการมีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบอีกด้วย ปัญหาต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันคือ อะไหล่ที่ใช้ไม่มีชื่อ และไม่มีการรับประกันอายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง

10. จากการศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการที่ผู้ให้บริการมีบริการที่รวดเร็วอีกด้วย ปัญหาต่อการให้บริการที่ผู้ให้บริการมีบริการที่รวดเร็วอีกด้วย ปัญหาต่อการให้บริการที่ผู้ให้บริการมีบริการที่รวดเร็วอีกด้วย

11. จากการศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง เมื่อพิจารณาจากผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 31-40 ปี ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ และผู้ที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อสถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ

12. จากการศึกษาปัญหาด้านกายภาพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบุความรุนแรงของปัญหาต่อยปัจจัยด้านกายภาพใกล้เคียงกันคือ ไม่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย และเป็นร้านที่ไม่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการให้บริการ

13. จากการศึกษาปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบุความรุนแรงของปัญหาต่อยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดใกล้เคียงกันคือ ผู้ให้บริการให้ข้อมูลการบริการไม่ครบถ้วน และไม่ทันสมัย และผู้ให้บริการให้คำแนะนำไม่ถูกต้องและไม่น่าเชื่อถือ

14. จากการศึกษาปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบุความรุนแรงของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ปัญหาปัจจัยด้านราคา และเมื่อพิจารณาจากปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ใน 5 อันดับแรก ได้แก่ อะไหล่ที่ใช้ไม่มียี่ห้อ ไม่มีการรับประกันอายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง งานซ่อมไม่มีคุณภาพ ไม่มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ ส่วนปัญหาปัจจัยด้านราคา เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อย คือ ราคาซ่อมไม่สมเหตุสมผล

ตารางที่ 81 สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด
และต่ำสุด

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์	อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อม	4.02	0.861	ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	3.55	0.877
ด้านราคา	ราคาซ่อมสมเหตุสมผล	3.80	0.900	มีการให้เครดิต/ใช้บัตรเครดิตชำระเงิน	2.57	1.222
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	3.52	0.988	สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.28	1.026
ด้านบุคคล	ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน	4.16	0.893	ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ	3.28	1.033
ด้านส่งเสริมการตลาด	ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ	3.91	0.873	การมีคู่มือส่วนตัว หรือสะสมแต้มคะแนน	2.69	1.189
ด้านลักษณะทางกายภาพ	มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	3.79	0.885	มีห้องรับรองและห้องน้ำ	3.24	1.001
ด้านกระบวนการ	การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม	3.90	0.939	มีป้ายบอกแผนงานซ่อม	3.12	0.959

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุด คืออายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านราคามีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุด คือราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุด คือ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านบุคคลมีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุด คือ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุด คือ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุด คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยด้านกระบวนการมีปัจจัยย่อยที่มีค่าสูงสุด คือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 82 สรุปปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการ
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ ที่
ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน	ด้านบุคคล	4.16	0.893	มาก	1
ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า	ด้านบุคคล	4.06	0.870	มาก	2
อายุการใช้งานของอะไหล่	ด้านผลิตภัณฑ์	4.02	0.861	มาก	3
บริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.02	0.932	มาก	4
ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี อีเอ็มแอมโอส	ด้านบุคคล	3.99	0.946	มาก	5
คุณภาพของงานซ่อมบำรุง	ด้านผลิตภัณฑ์	3.94	0.957	มาก	6
ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ	ด้านส่งเสริมการตลาด	3.91	0.873	มาก	7
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม	ด้านกระบวนการ	3.90	0.939	มาก	8
ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม	ด้านบุคคล	3.88	0.908	มาก	9
ยี่ห้อของอะไหล่ที่ใช้	ด้านผลิตภัณฑ์	3.84	0.896	มาก	10

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านบุคคล โดยมีปัจจัยย่อย คือ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16)
ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยย่อย
คือ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 83 สรุปปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่เป็นปัญหาในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์
และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ ที่
อะไหล่ที่ใช้ไม่มียี่ห้อ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.19	1.159	ปานกลาง	1
ไม่มีการรับประกันอายุการใช้งานของอะไหล่	ด้านผลิตภัณฑ์	3.18	1.181	ปานกลาง	2
ราคาซ่อมไม่สมเหตุสมผล	ด้านราคา	3.15	1.215	ปานกลาง	3
งานซ่อมไม่มีคุณภาพ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.11	1.199	ปานกลาง	4
ไม่มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.08	1.234	ปานกลาง	5
ให้ข้อมูลการบริการไม่ครบถ้วนและไม่ทันสมัย	ด้านส่งเสริมการตลาด	3.01	1.175	ปานกลาง	6
ไม่มีการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม	ด้านกระบวนการ	3.00	1.269	ปานกลาง	7
ราคาซ่อมไม่ต่ำกว่าคู่แข่ง	ด้านราคา	2.99	1.084	ปานกลาง	8
ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	2.98	0.946	ปานกลาง	9
สถานที่ให้บริการอยู่ไกลจากที่ทำงาน	ด้านการจัดจำหน่าย	2.98	1.039	ปานกลาง	10

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยย่อย คือ อะไหล่ที่ใช้ไม่มียี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ไม่มีการรับประกันอายุการใช้งานของอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับ ด้านราคา โดยมีปัจจัยย่อย คือ ราคาซ่อมไม่สมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอะไหล่รถจักรยานยนต์ ในการวางแผนดำเนินงานและผู้ที่สนใจทั่วไป ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ประกอบการควรสั่งอะไหล่ที่มีคุณภาพ มียี่ห้อ มีความคงทนที่ผ่านมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) เพื่ออะไหล่ที่มีคุณภาพจะมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน และมีการรับประกันอะไหล่ที่เปลี่ยนจากร้านทุกอย่าง
2. มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ที่เข้าซ่อมบำรุงก่อนส่งมอบทุกคัน และตรวจสอบคุณภาพของงานซ่อมบำรุงให้ได้ตามมาตรฐาน
3. จากการศึกษา พบว่า นอกจากผู้ใช้รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่จะใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องแล้ว ผู้ใช้รถจักรยานยนต์ที่มีอายุเกิน 20 ปี และผู้ที่ทำงานบริษัทเอกชนยังให้ความสำคัญในเรื่องการตกแต่งให้สวยงามและเปลี่ยนอะไหล่ ดังนั้นผู้ประกอบการควรสั่งอะไหล่แต่งที่หลากหลายและค่อนข้างครบเพื่อการตกแต่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสามารถสร้างโอกาสในการทำธุรกิจอะไหล่รถจักรยานยนต์อย่างมาก

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ประกอบการจึงควรตั้งราคาค่าซ่อมให้สมเหตุสมผลและไม่แตกต่างจากคู่แข่ง โดยการอ้างอิงราคาจากโรงงาน มีอัตราค่าบริการในการซ่อมในส่วนต่างๆ ที่แน่นอน เช่น เปลี่ยนยาง พนสีใหม่ และติดป้ายราคามอนอะไหล่ทุกชิ้นเพื่อให้ผู้บริโภคทราบ ในการตั้งราคามีความสำคัญมากต่อการประสบความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงสภาพการแข่งขัน และสร้างกำไรเพื่อขยายธุรกิจ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการควรเน้นด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย โดยอาจเพิ่มจำนวนร้านจัดจำหน่ายในจุดที่มีการแข่งขันน้อยและมีความสะดวกในการเดินทาง มีการเข้าออกร้านจัดจำหน่ายที่สะดวก และมีระบบขนส่งมวลชนที่ดี

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

1. ผู้ประกอบการควรให้คำแนะนำกับผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในข้อสงสัยที่ลูกค้าอยากทราบ จัดทำเอกสารให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ ระบบกระบวนการทำงาน ควรจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าได้ทราบถึงรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ให้มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน และลูกค้านิยมที่จะได้รับของแจกทันทีที่เข้ารับบริการ
2. จากการศึกษา พบว่า นอกจากผู้ใช้รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยไม่เกิน 500 บาท ดังนั้นถ้าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 501-1,000 บาท ผู้ประกอบการควรจัดทำโปรโมชั่นพิเศษในการเข้ารับบริการนอกเหนือจากการเข้ารับบริการปกติ เช่น การให้ส่วนลดค่าอะไหล่ 10 เปอร์เซ็นต์

ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ประกอบการควรจัดการฝึกอบรมแก่พนักงานฝึกทักษะเทคนิคการทำงานที่ถูกต้อง ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน ถือว่ามีความสำคัญต่อการรับรู้ของผู้บริโภค โดยมีมาตรการในการรับสมัครงาน ควรเลือกพนักงานที่ผ่านการอบรมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น มีความสุภาพ ซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ แต่งกายสุภาพ เพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจในการให้บริการของร้านจัดจำหน่ายและซ่อมบำรุง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ประกอบการควรจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยกรนำมาเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์เฉพาะทาง ควรจัดสถานที่ให้เป็นระเบียบ สะอาด และควรจัดห้องรับรอง และห้องน้ำเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการเข้ารับบริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ประกอบการควรประเมินราคาและแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อมทุกครั้ง แยกระหว่างอะไหล่และค่าแรง เพื่อให้ลูกค้าทราบและตัดสินใจดำเนินการซ่อม และจัดทำป้ายบอกแผนงานซ่อมเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบในแต่ละขั้นตอน