

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชน เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้วางแผน และกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินธุรกิจการให้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชน โดยบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 73.70) มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 35.2) ประกอบกิจการส่วนตัว (ร้อยละ 32.4) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 34.9) มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 41.0) ใช้รถยนต์ที่มีอายุการใช้งานระหว่าง 7 – 10 ปี (ร้อยละ 43.2) โดยนำรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง (รถเก๋ง) เข้ามารับการตรวจสภาพ (ร้อยละ 50.8) และรถที่นำมาเข้ารับการตรวจสภาพเป็นรถยนต์ของตนเอง (ร้อยละ 87.0) เป็นรถยนต์ญี่ปุ่น (ร้อยละ 91.4)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี

2.1 ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.05) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ รองลงมาคือ มีความหลากหลายของการให้บริการ อุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้ดีทันที มีอุปกรณ์ในการตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและได้รับการรับรองจากกรมการขนส่งทางบก สถานตรวจสภาพรถมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง รองลงมาคือ มีการตั้งราคาค่าบริการและบริการเสริมที่เหมาะสม ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ และมีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ รองลงมาคือ มีสถานที่กว้างขวาง สามารถรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ที่ตั้งสถานตรวจสภาพรถอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ความสะดวกในการเดินทางมายังสถานตรวจสภาพ และที่ตั้งสถานตรวจสภาพรถอยู่ใกล้ขนส่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปี และ พรบ. รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย มีบริการส่งเล่มทะเบียนถึงที่บ้าน มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ และ มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถ เอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ เจ้าหน้าที่ที่ตรวจสภาพ ให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพอ่อนน้อม เจ้าหน้าที่ที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ด้านเครื่องยนต์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับรถได้ และเจ้าหน้าที่ตรวจสภาพสามารถให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังจากการตรวจสภาพรถ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ รองลงมาคือ มีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและพร้อมปฏิบัติงาน ได้จริง เป็นสถานตรวจสภาพที่น่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักและยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ มีป้ายบอกชื่อร้านอย่างชัดเจนสังเกตเห็นง่าย และมีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบายกว้างขวางและ สะอาด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถ เอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ารับบริการ รองลงมาคือ มีความสะดวกของขั้นตอนในการรับบริการ ใช้ระยะเวลาในการนำรถเข้าตรวจจนเสร็จสิ้น ด้วยความรวดเร็ว มีการรายงานผลการตรวจสภาพรถหลังเข้ารับการตรวจสภาพ และมีพนักงานต้อนรับ/มารับรถเพื่อไปตรวจสภาพ

2.2 ระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินการด้านส่วนประสมการตลาดบริการของ สถาน ตรวจสภาพรถเอกชน

การเก็บข้อมูลในส่วนของความคิดเห็นใช้ข้อคำถามเชิงลบทั้งหมด ดังนั้นการแปลผลจึง
ออกมาในทางแฉลบ ซึ่งหมายถึงความหมายมีนัยเป็นเชิงบวกต่อการดำเนินงานด้านนั้น

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการด้าน
ส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานตรวจสภาพรถเอกชน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นไม่
เห็นด้วย(ค่าเฉลี่ย 1.73) เรียงลำดับของระดับความคิดเห็น ได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ
ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
กายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์ของสถาน
ตรวจสภาพรถเอกชน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 1.91) โดยเรียงลำดับตาม
ค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่
น่าเชื่อถือ รองลงมา คือ ไม่เห็นด้วยกับการที่สถานตรวจสภาพรถไม่มีความหลากหลายในการ
ให้บริการ เช่น รับชำระภาษี , พรบ. เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสภาพ ไม่อยู่ในสถานะพร้อมใช้ และ
ไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพไม่ครบทุกชิ้น หรือ ไม่ทำ
การตรวจจริง

ระดับความคิดเห็นด้านราคา

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการด้านราคาของสถานตรวจ
สภาพรถเอกชน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วยทุกความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย 1.81) โดย
เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถมีรูปแบบ
การชำระเงินให้เลือกน้อย รองลงมา คือ ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ ค่าบริการ
และบริการเสริม เช่น ค่าฝากบริการชำระภาษี,พรบ. มีราคาไม่เหมาะสม ไม่มีการแจ้งราคาให้ลูกค้า
ทราบในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง และไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถไม่มีใบเสร็จ แจ้ง
รายละเอียดค่าใช้จ่ายต่างๆแก่ลูกค้า

ระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการด้านการจัดจำหน่ายของสถานตรวจสภาพรถเอกชน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 1.78) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถอยู่ไกลจากแหล่งชุมชน ไม่สะดวกในการเดินทาง รองลงมา คือ สถานตรวจสภาพตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สามารถมองเห็นได้ง่าย สถานที่คับแคบ ที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถมีสถานที่ไม่สะอาดเรียบร้อย สกปรก

ระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาดของสถานตรวจสภาพรถเอกชน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วยทุกความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย 1.70) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รองลงมา คือ ไม่เห็นด้วยกับการที่สถานตรวจสภาพรถไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม และไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถไม่มีการติดตามลูกค้า แจ้งเตือนเมื่อถึงวันครบกำหนดชำระเสียภาษีและ พรบ.

ระดับความคิดเห็นด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของสถานตรวจสภาพรถเอกชน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 1.67) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถไม่มีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบายกว้างขวางและ สะอาด สถานตรวจสภาพรถดูไม่น่าเชื่อถือ ไม่มีป้ายบอกชื่อร้าน ไม่มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ มีสิ่งของในรถสูญหาย และไม่เห็นด้วย กับการที่สถานตรวจสภาพรถมีการเกิดอุบัติเหตุระหว่างนำรถเข้าตรวจสภาพ เช่น รถตกหลุมตรวจ

ระดับความคิดเห็นด้านกระบวนการให้บริการ

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการด้านกระบวนการให้บริการของสถานตรวจสภาพรถเอกชน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 1.67) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไม่เห็นด้วยกับการที่สถานตรวจสภาพรถไม่มีการอธิบายผลการตรวจหลังการตรวจสภาพ ไม่มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ารับบริการ ไม่มีพนักงานต้อนรับ/มารับรถเพื่อไปตรวจสภาพ และไม่เห็นด้วยกับการที่สถานตรวจสภาพรถใช้ระยะเวลาการนำรถเข้าตรวจจนเสร็จสิ้นนาน ล่าช้า

ระดับความคิดเห็นด้านบุคคล

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการด้านบุคคลของสถานตรวจสภาพรถเอกชน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 1.58) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไม่เห็นด้วยกับการที่พนักงานรับรถเข้าตรวจไม่มีความซื่อสัตย์ เช่น หยิบฉวย ของบนรถลูกค้า โดยที่ไม่ได้รับอนุญาต รองลงมา คือ ไม่เห็นด้วยกับการที่เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ขาดความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพไม่สามารถให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังจากการตรวจสภาพรถ และไม่เห็นด้วยกับการที่พนักงานรับรถ และเจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี จำแนกตาม เพศ รายได้ ประเภทรถยนต์ และประเทศผลิตรถยนต์

จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยเพศชายให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ รองลงมา คือ มีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและพร้อมปฏิบัติงานได้จริง เป็นสถานตรวจสภาพรถที่น่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักและยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ มีป้ายบอกชื่อร้านอย่างชัดเจนสังเกตเห็นง่าย และมีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบายกว้างขวางและ สะอาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านบุคคล โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ด้านเครื่องยนต์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับรถได้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพอ่อนน้อม และ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพสามารถให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังจากการตรวจสภาพรถ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสถานที่กว้างขวาง สามารถรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปี และ พบ. ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปีและ พบ.

ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นสถานตรวจสภาพรถที่น่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักและยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสะดวกของขั้นตอนในการรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ารับบริการ

จำแนกตามรายได้

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาน
 ตรวจสอบสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบ
 แบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการ
 สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ
 ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และ
 ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย
 สูงสุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา คือ ด้านบุคคล
 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการจัด
 จำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000
 บาท ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับ
 ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา คือ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา
 ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้
 ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ
 ลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา คือ ด้านบุคคล ด้าน
 ราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านกระบวนการ
 ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ
 ปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ ด้านการสร้างและ
 นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน
 ราคา และ ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท
 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53)
 รองลงมา อยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
 ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริม
 การตลาด โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญใน
 ระดับความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการโฆษณา/
 ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก คือ มีบริการส่งเล่มทะเบียน
 ถึงที่บ้านหลังจากนำรถมาตรวจสภาพแล้วฝากต่อทะเบียน มีการส่งเสริมการขาย มีโทรศัพท์แจ้ง
 เดือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปีและ พรบ. และ มีบริการรับฝากรถที่มาใช้
 บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับ
 ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ มี

ความหลากหลายของการให้บริการ รองลงมา คือ อุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้ทันที มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ มีอุปกรณ์ในการตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและได้รับการรับรองจาก กรมการขนส่งทางบก และ สถานตรวจสภาพรถมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ มีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบายกว้างขวางและ สะอาด และให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ คือ เป็นสถานตรวจสภาพรถที่น่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักและยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐาน ในการให้บริการ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ มีป้ายบอกชื่อร้านอย่างชัดเจนสังเกตเห็นง่าย และมีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและพร้อมปฏิบัติงานได้จริง ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัย ย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ มีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัย และพร้อมปฏิบัติงานได้จริง และ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับปัจจัยย่อยโดย เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ เป็นสถาน ตรวจสภาพรถที่น่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักและยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ มีป้าย บอกร้านอย่างชัดเจนสังเกตเห็นง่าย มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ และมีห้องรับรอง ลูกค้าที่สะดวกสบายกว้างขวางและ สะอาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ และให้ความสำคัญใน ระดับความสำคัญมากกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการ ให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการเป็นกันเองกับ ลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพอ่อนน้อม เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความ ชำนาญ ด้านเครื่องยนต์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับรถได้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพสามารถ ให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังการตรวจสภาพรถ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านบุคคล โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ใน การใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ด้านเครื่องยนต์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับรถได้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพสามารถให้ คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังการตรวจสภาพรถ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการ เป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพอ่อนน้อม และ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมี ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความหลากหลายของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความหลากหลายของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานตรวจสภาพรถมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้ทันที

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญ

ต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเดินทางมายังสถานตรวจสภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสถานที่กว้างขวาง สามารถรองรับลูกค้าได้เพียงพอ เช่น ที่จอดรถ, พื้นที่ในการขับรถเข้าออกในการตรวจสภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่ตั้งสถานตรวจสภาพรถอยู่ใกล้ขนส่ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปีและ พรบ. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปีและ พรบ. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่น ป้าย ประกาศ ใบปลิว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนด ชำระภาษีประจำปีและ พรบ.

ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพอ่อนน้อม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน

มากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสอบสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสอบสภาพรถ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มี ความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับ ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินใน รถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบายกว้างขวางและ สะอาด ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสอบสภาพรถที่ทันสมัยและพร้อมปฏิบัติงานได้จริง ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นสถานตรวจสภาพรถที่น่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักและยอมรับด้านคุณภาพและ มาตรฐานในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการรายงานผลการตรวจสภาพรถหลังเข้ารับการตรวจสภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสะดวกของขั้นตอนในการรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ามาใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ามาใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ามาใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ามาใช้บริการ

จำแนกตามประเภทรถยนต์

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี จำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา คือ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล ระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.65)รองลงมา คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล กระบะบรรทุก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้

มีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและพร้อมปฏิบัติงานได้จริง รองลงมา คือ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ เป็นสถานตรวจสภาพรถที่น่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักและยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ มีป้ายบอกชื่อร้านอย่างชัดเจนสังเกตเห็นง่าย และมีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบายกว้างขวางและ สะอาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้

เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ด้านเครื่องยนต์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับรถได้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพสามารถให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังการตรวจสภาพรถ และ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลกระบะบรรทุก ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านบุคคล โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อย ได้ดังนี้

เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่าง

ระมัดระวัง รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พูจาสุภาพอ่อนน้อม เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ด้านเครื่องยนต์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับรถได้ และ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพสามารถให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังการตรวจสภาพรถ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้ทันที ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลกระบะบรรทุก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แฉ่งราคาให้ลูกค้าทราบในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แฉ่งราคาให้ลูกค้าทราบในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลกระบะบรรทุก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสถานที่กว้างขวาง สามารถรองรับลูกค้าได้เพียงพอ เช่น ที่จอดรถ, พื้นที่ในการขับรถเข้าออกในการตรวจสภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลกระบะบรรทุก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเดินทางมายังสถานตรวจสภาพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปีและ พรบ. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปีและ พรบ. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลกระบะบรรทุก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปีและ พรบ.

ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) ให้ความสำคัญต่อด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภท

รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลกระบะบรรทุก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านด้านบุคคลโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและพร้อมปฏิบัติงานได้จริง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลกระบะบรรทุก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ารับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสะดวกของขั้นตอนในการรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลกระบะบรรทุก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ารับบริการ

จำแนกตามประเทศผลิตรถยนต์

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี จำแนกตามประเทศที่ผลิตรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ญี่ปุ่น ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ยุโรป และ อเมริกา ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล ระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา คือ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ญี่ปุ่น ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านบุคคล โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านบุคคล ได้ดังนี้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพอ่อนน้อม เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ด้านเครื่องยนต์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับรถได้ และ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพสามารถให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังการตรวจสภาพรถ และ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ได้ดังนี้ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ รองลงมา คือ มีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและพร้อมปฏิบัติงานได้จริง เป็นสถานตรวจสภาพรถที่น่าเชื่อถือเป็นที่รู้จักและยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ มีป้ายบอกชื่อร้านอย่างชัดเจน สังกะต่ง่าย และ มีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบายกว้างขวางและ สะอาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ยุโรป และ อเมริกา ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านบุคคล โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ด้านเครื่องยนต์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับรถได้ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพอ่อนน้อม และ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพสามารถให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังการตรวจสภาพรถ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ผลิตรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ญี่ปุ่น ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ยุโรป และ อเมริกา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ผลิตรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ญี่ปุ่น ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ยุโรป และ อเมริกา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการตั้งราคาค่าบริการและบริการที่เหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ผลิตรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ญี่ปุ่น ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ยุโรป และ อเมริกา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเดินทางมายังสถานตรวจสภาพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ผลิตรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ญี่ปุ่น ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปีและ พรบ. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ยุโรป และ อเมริกา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อย

ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีบริการส่งเล่มทะเบียนถึงที่บ้าน หลังจากนำรถมาตรวจสภาพแล้วฝากต่อทะเบียน

ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ผลิตรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ญี่ปุ่น ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ยุโรป และ อเมริกา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ผลิตรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ญี่ปุ่น ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ยุโรป และ อเมริกา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัย และพร้อมปฏิบัติงานได้จริง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ผลิตรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ญี่ปุ่น ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสะดวกของขั้นตอนในการรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ยุโรป และ อเมริกา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ารับบริการ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี ทั้ง 7 ปัจจัย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ คือ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยในแต่ละปัจจัย มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ คุณภาพ ราคา ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของคลินิก ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ สถานที่ หรือบุคคล ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับความสำคัญมากทุกปัจจัย (ค่าเฉลี่ย 4.17) ได้แก่ มาตรฐานในการตรวจสภาพรถ รองลงมาคือ มีความหลากหลายของการให้บริการ อุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้ทันที มีอุปกรณ์ในการตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและได้รับการรับรองจากกรมการขนส่งทางบก สถานตรวจสภาพรถมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิรินทิพย์ สุภตระกูล (2551) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านการตรวจสภาพรถอย่างระมัดระวัง เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชน

ปัจจัยด้านราคา

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดราคาต้องคำนึงถึง การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องของผลิตภัณฑ์ตลอดจนภาวะการแข่งขัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับความสำคัญมากทุกปัจจัย (ค่าเฉลี่ย 4.08) ได้แก่ แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง มีการตั้งราคาค่าบริการและบริการเสริมที่เหมาะสม ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ และ มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิรินทิพย์ สุภตระกูล (2551) ที่พบว่า ปัจจัย

ด้านราคา ในด้านการมีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่างๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงลูกค้าได้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมาก คือ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ มีสถานที่กว้างขวาง สามารถรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ที่ตั้งสถานตรวจสภาพรถอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ความสะดวกในการเดินทางมายังสถานตรวจสภาพ และที่ตั้งสถานตรวจสภาพรถอยู่ใกล้ขนส่ง ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ พิระวุฒิ จิตราวิริยะกุล (2548) ที่พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่ใกล้สถานทำงานหรือใกล้บ้าน เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์เช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนหรือการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานใช้สื่อ เครื่องมือในการติดต่อ เพื่อแจ้งให้ลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายได้ทราบถึงข้อมูลที่ต้องการเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมาก คือ มีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปี และ พรบ. มีการส่งเสริมการขาย มีบริการส่งเล่มทะเบียนถึงที่บ้าน มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ และมีบริการรับฝากรถที่มารับบริการ ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วงศ์เดือน สัตย์สมนึก (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านพนักงานที่มีความสามารถในการบริการที่รวดเร็วและถูกต้อง เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์

ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากร (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งหมายรวมถึงบุคลากรที่จำหน่าย และบุคลากรที่ให้บริการหลังการขาย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมในระดับความสำคัญมากทุกปัจจัย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการ

ให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพอ่อนน้อม เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ มีความรู้ ความชำนาญ ด้านเครื่องยนต์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับรถได้ และเจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ สามารถให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังการตรวจสภาพรถ ซึ่งผลการศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริทิพย์ ศุภตระกูล (2551) ที่พบว่า การมีพนักงานพุดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้คะแนนความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชน

ปัจจัยด้านกระบวนการ

กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มีการจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ารับบริการ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของพีระวุฒิ จิตราวิริยะกุล (2548) ที่พบว่า สภาพความสมบูรณ์ของรถยนต์ก่อนส่งมอบให้กับลูกค้าการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ เช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ การออกแบบ ตกแต่ง รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่างๆที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและพร้อมปฏิบัติงานได้จริง มีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของพีระวุฒิ จิตราวิริยะกุล (2548) ที่พบว่า มีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้คะแนนความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ เช่นเดียวกัน

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมาตรฐานในการตรวจสภาพรถ ในขณะที่อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ ประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านความหลากหลายของการให้บริการมากกว่ามาตรฐานในการตรวจสภาพ
2. ด้านราคา (Price) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ทั้งรถยนต์ญี่ปุ่นและรถยนต์ยุโรปให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้าน ราคา มีความเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการเป็นอันดับสุดท้าย
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์ทุกประเภทให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์เป็นอันดับแรก ยกเว้น รถกระบะ ที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางมายังสถานตรวจสภาพ เป็นอันดับแรก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีโทรศัพท์แจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปี และ พรบ. เป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา เป็นอันดับแรก
5. ด้านบุคลากร (People) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวังเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเจ้าหน้าที่ตรวจสภาพสามารถให้คำแนะนำในการซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังการตรวจสภาพรถเป็นอันดับสุดท้าย
6. ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีพนักงานต้อนรับมารับรถเพื่อไปตรวจสภาพ เป็นอันดับสุดท้ายเหมือนกัน ยกเว้น อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการรายงานผลการตรวจสภาพรถหลังเข้ารับการตรวจสภาพ เป็นอันดับสุดท้าย

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ(Physical Evidence) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพระดับให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านมีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ เป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักศึกษา และ เกษตรกร ที่ให้ความสำคัญกับการที่สถานตรวจสภาพมีเครื่องมืออุปกรณ์ตรวจสภาพรถที่ทันสมัยและพร้อมปฏิบัติงาน ได้จริง เป็นอันดับแรก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี ในครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดในระดับมากเท่ากันหมดและเมื่อนำคะแนนค่าเฉลี่ยมาเรียงลำดับพิจารณา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นกิจการความมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับแรก

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญระดับมาก และจากความคิดเห็น พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสถานตรวจสภาพรถเอกชน ยังทำได้ไม่ดีพอ การปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จึงมีความจำเป็นเร่งด่วน

ดังนั้นทางสถานตรวจสภาพรถเอกชนจึงควรเน้นกลยุทธ์การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยเน้นไปในเรื่องของการมีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินในรถยนต์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 15 ที่นั่ง(รถตู้) และรถยนต์ส่วนบุคคลกระบะบรรทุกให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ทางสถานตรวจสภาพรถเอกชนจึงควรเน้นการอบรมพนักงาน ให้มีความซื่อสัตย์ เนื่องจากพนักงานต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินของลูกค้าที่เข้าใช้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการมาใช้บริการครั้งต่อไป

ด้านบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านบุคคล มีความสำคัญระดับมาก และเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับสองรองลงมา และจากความคิดเห็น พบว่าปัจจัยด้านบุคคลของสถานตรวจสภาพรถเอกชน ยังทำได้ไม่ดีพอ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่เห็นด้วยกับการที่เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพ ขาดความรู้ ความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือในการตรวจสภาพรถ การปรับปรุงกลยุทธ์ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จึงมีความจำเป็นเร่งด่วน

ดังนั้นทางสถานตรวจสภาพรถเอกชนจึงควรเน้นกลยุทธ์บุคคล โดยเน้นไปในเรื่องของ การที่เจ้าหน้าที่ตรวจสภาพมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและตรวจรถอย่างระมัดระวัง ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่ใช้รถยนต์ที่ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ทางสถานตรวจสภาพรถเอกชนจึงควรมีการจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดความชำนาญ นอกจากนั้นควรมีการฝึกอบรมและทดสอบพนักงานให้สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ เนื่องจากการบริการที่ดีและรวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจในการที่จะมาใช้บริการสถานตรวจสภาพรถ

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและจากความคิดเห็น พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของสถานตรวจสภาพรถเอกชน ยังทำได้ไม่ดีพอ การปรับปรุงกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ จึงมีความจำเป็นเร่งด่วน

ดังนั้นทางสถานตรวจสภาพรถเอกชนจึงควรเน้นกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ โดยเน้นไปในเรื่องของ การมีมาตรฐานในการตรวจสภาพรถ ควรเสนอด้วยบริการที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาช่วยในการตรวจสภาพ รวมทั้งควรมีการติดประกาศหนังสือรับรองการตรวจสภาพจากกรมการขนส่งทางบก เพื่อเป็นการรับรองว่าเป็นสถานตรวจสภาพที่ได้รับการรับรองจากกรมการขนส่งทางบกแล้ว เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ในคุณภาพ และมาตรฐานในการตรวจสภาพรถ

ด้านกระบวนการ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และจากความคิดเห็น พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการของสถานตรวจสภาพรถเอกชน ยังทำได้ไม่ดีพอ การปรับปรุงกลยุทธ์ด้านกระบวนการ จึงมีความจำเป็นเร่งด่วน

ดังนั้นทางสถานตรวจสภาพรถเอกชนจึงควรมุ่งเน้นกลยุทธ์กระบวนการ โดยเน้นไปในเรื่องของ การจัดลำดับคิวก่อนหลังให้กับผู้เข้ามาใช้บริการ เป็นอันดับแรก ทางสถานตรวจสภาพรถ

เอกชนจึงควรฝึกอบรมพนักงาน ในองค์กรให้รู้ขั้นตอนในการดำเนินงาน ควรออกแบบและวางแผนให้มีการบริการตรวจสภาพที่รวดเร็ว ตั้งแต่ขั้นตอนการรับรถ การตรวจสภาพรถ จนถึงส่งมอบรถคืนให้แก่ผู้ใช้บริการและ ควรมีการนำระบบบัตรคิวเข้ามาใช้ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รู้ลำดับในการเข้ารับบริการของตนเอง

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และจากความคิดเห็น พบว่าปัจจัยด้านราคาของสถานตรวจสภาพรถเอกชน ยังทำได้ไม่ดีพอ การปรับปรุงกลยุทธ์ด้านราคา จึงมีความจำเป็นเร่งด่วน

ดังนั้นทางสถานตรวจสภาพรถเอกชน จึงควรมุ่งเน้นกลยุทธ์ราคา โดยเน้นไปในเรื่องของการมีการตั้งราคาค่าบริการและบริการเสริมที่เหมาะสม กับคุณภาพตามความเป็นจริง ไม่คิดราคาสูงเกินไป และเป็นราคาที่ลูกค้าคิดว่าเหมาะสมกับเงินที่ตนยินยอมจ่ายไป เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้รถยนต์กระบะบรรทุก ให้มีความสำคัญเป็นอันดับแรก นอกจากนั้นควรเพิ่มการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer relationship management) โดยมีการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบทุกครั้ง ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยเริ่มจากมีการจัดเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่มาเข้ารับบริการ ข้อมูลรถยนต์ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในการติดตาม และแจ้งข่าวสารต่างๆแก่ลูกค้า เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้รถเก๋งและรถตู้ ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอันดับแรก และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

ด้านช่องทางการบริการ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการบริการ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และจากความคิดเห็น พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการบริการ ของสถานตรวจสภาพรถเอกชน ยังทำได้ไม่ดีพอ การปรับปรุงกลยุทธ์ช่องทางการบริการ จึงมีความจำเป็นเร่งด่วน

ดังนั้นทางสถานตรวจสภาพรถเอกชน จึงควรมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านช่องทางการบริการ โดยมีการเพิ่มช่องทางการให้บริการ ด้วยการเปิดให้บริการนอกเวลาทำการ/เสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่เป็นเพศชาย และกลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของสถานตรวจสภาพรถให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกของปัจจัยด้านช่องทางการบริการ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และจากความคิดเห็น พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของสถานตรวจสภาพรถเอกชน ยังทำได้ไม่ดีพอ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการที่สถานตรวจสภาพรถไม่มีรายการส่งเสริมการขาย ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด จึงมีความจำเป็นเร่งด่วน

ดังนั้นทางสถานตรวจสภาพรถจึงควรมุ่งเน้นกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยควรจัดให้มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ควรมีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนั้น ทางสถานตรวจสภาพรถควรนำระบบการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer relationship management) เข้ามาใช้ เริ่มจากการจัดเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่มาเข้ารับบริการ ข้อมูลรถยนต์ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในการติดตาม และแจ้งข่าวสารต่างๆ แก่ลูกค้าโดยจัดให้มีโทรศัพท์แจ้งเตือน เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระภาษีประจำปี และ พบ. ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ทั้งนี้อาจทำเป็น การส่งข้อความทางโทรศัพท์ หรือ จดหมายแจ้งเตือนร่วมด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อและกลับมาใช้บริการบ่อยขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากขอบเขตการศึกษานี้จำกัดเฉพาะสถานตรวจสภาพรถเอกชนในอำเภอเมืองราชบุรี ดังนั้นเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาไปในระดับจังหวัด หรือระดับภาค เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน อาจส่งผลให้ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในแต่ละจังหวัดแตกต่างกัน

2. ควรทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ซึ่งจะทำการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเกิดประสิทธิภาพสูงสุด