

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ร้านเบ้มอเตอร์ไซด์

A Study of Consumer Behavior and Marketing Mix Factors Affecting Customer Satisfaction at Berm Motorcycle Shop

ธนวิษฐ์ ยืนชีวิต*

Tanavit Yuencheevit*

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ ผู้ประกอบการ การพาณิชย์และนวัตกรรม) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Master of Business Administration (Entrepreneurship, Commercial and Innovation Management)

Khon Kaen University

*Corresponding author's email: Mookun2001@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

26 กรกฎาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

9 กันยายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

6 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านเบ้มอเตอร์ไซด์ จังหวัดอุทัยธานี และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านเบ้มอเตอร์ไซด์ จังหวัดอุทัยธานี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือบริการร้านเบ้มอเตอร์ไซด์ ในเดือนพฤษภาคม 2567 จำนวน 215 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้ากลุ่มหลักของร้านเบ้มอเตอร์ไซด์ จังหวัดอุทัยธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-39 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และ 2) อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ร้านเบ้มอเตอร์ไซด์ จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ สมการมีอำนาจการพยากรณ์ ร้อยละ 61 และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้ $Y = -5.573 + (0.149)(\text{ราคา}) + (0.150)(\text{ผลิตภัณฑ์}) + (0.517)(\text{ช่องทางการจัดจำหน่าย}) + (0.162)(\text{การส่งเสริมการขาย}) + (0.469)(\text{บุคลากร}) + (0.564)(\text{กระบวนการ}) + (0.331)(\text{หลักฐานทางกายภาพ})$

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, ความพึงพอใจ, มอเตอร์ไซด์, พฤติกรรมผู้บริโภค

ABSTRACT

The objectives of this research are: 1) to study the demographic factors of motorcycle service consumers at Berm Motorcycle Shop in Uthai Thani Province, and 2) to examine the marketing mix factors affecting customer satisfaction in using services at Berm Motorcycle Shop in Uthai Thani province. This quantitative research employed convenience sampling. The sample consisted of 215 customers who purchased products or services from Berm Motorcycle Shop in May 2024. The data were collected using questionnaires and analyzed using descriptive statistics including mean, percentage, standard deviation, and multiple regression analysis. The results revealed that 1) the primary customer group of Berm Motorcycle Shop in Uthai Thani province were predominantly male, aged 25-39 years, with educational levels below bachelor's degree, employed in motorcycle repair shops, and with monthly incomes below 15,000 baht 2) The influence of the marketing mix on customer satisfaction at Berm Motorcycle Shops in Uthai Thani province was examined. The marketing mix elements included product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The regression model explained 61% of the variance in customer satisfaction and can be expressed as follows: $Y = -5.573 + (0.149)(Price) + (0.150)(Product) + (0.517)(Place) + (0.162)(Promotion) + (0.469)(People) + (0.564)(Process) + (0.331)(Physical Evidence)$.

Keywords: Marketing mix, Satisfaction, Motorcycles, Consumer Behavior

บทนำ

รถจักรยานยนต์เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตหลากหลายด้าน ได้แก่ 1) การคมนาคมขนส่ง เนื่องจากรถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะขนาดเล็กและกะทัดรัด ทำให้สามารถขับขี่ได้ง่ายและสะดวกในการเดินทางในเมืองที่แออัด 2) การประกอบอาชีพ เนื่องจากรถจักรยานยนต์สามารถใช้ประกอบอาชีพได้หลากหลาย เช่น อาชีพขนส่งสินค้า อาชีพรับจ้างขับขี่ อาชีพส่งอาหาร เป็นต้น และ 3) กิจกรรมทางสังคม เนื่องจากรถจักรยานยนต์สามารถใช้ในกิจกรรมทางสังคมได้หลากหลาย เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางไปเยี่ยมญาติและเพื่อนฝูง เป็นต้น

กรมการขนส่งทางบก (2566) รายงานข้อมูลทางสถิติของกลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน ณ วันที่ 31 มกราคม 2567 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล (รย.12) จดทะเบียนทั้งสิ้น 22,599,004 คัน และมีจำนวนรถจักรยานยนต์สาธารณะ (รย.17) จดทะเบียนทั้งสิ้น 130,030 คัน รวมมีรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลและสาธารณะทั้งสิ้น 22,729,034 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูล ณ วันที่ 31 มกราคม 2566 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล (รย.12) จดทะเบียน

ทั้งสิ้น 22,182,889 คัน และ มีจำนวนรถจักรยานยนต์สาธารณะ (รย.17) จดทะเบียนทั้งสิ้น 109,987 คัน รวมมีรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลและสาธารณะทั้งสิ้น 22,292,876 คัน เห็นได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า พบว่า มีจำนวนรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้น 436,158 คัน คิดเป็นร้อยละ 1.96 สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของการใช้รถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

Commerce News Agency (CNA) (2566) รายงานข้อมูลสถิติของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า ธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ อะไหล่ และบริการที่เกี่ยวข้อง มีอัตราการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจที่เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2563 จดทะเบียนจัดตั้ง 194 ราย ทุนจดทะเบียน 330.56 ล้านบาท ปี 2564 จัดตั้ง 183 ราย ลดลง 5.67% ทุน 237.35 ล้านบาท ลดลง 28.20% ปี 2565 จัดตั้ง 283 ราย เพิ่มขึ้น 54.64% ทุน 525.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 121.48% และในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2566 ธุรกิจดังกล่าวมีอัตราการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจเพิ่มขึ้น 41.06% ทุน 193.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.69% ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจที่ยังคงแข็งแกร่ง

ทุนท้องถิ่น (2567) รายงานรายได้บริษัทรายได้สูงสุด 10 อันดับ ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ปี 2565 พบว่า บริษัทที่ดำเนินกิจการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ อะไหล่ และบริการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อันดับที่ 2: บริษัท โตโยต้าอุทัยธานี ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด โดยบริษัทสามารถทำรายได้รวมจากปี พ.ศ. 2565 จำนวนทั้งหมด 1,668,645,493 บาท ขณะที่การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY) ลดลง 6.06% และ อันดับที่ 3: บริษัท อีซูซุอุทัยธานี จำกัด บริษัท อีซูซุอุทัยธานี จำกัด โดยรายได้รวมของบริษัทประจำปี พ.ศ.2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,307,816,765 บาท ซึ่งเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY) เพิ่มขึ้น 35.40%

ร้านเบิ้มมอเตอร์ไซค์ ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ประเภทร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2514 โดย นายเรวัต ถมยา และ นางทัศนีย์ ถมยา ตั้งอยู่บริเวณหอนาฬิกาจังหวัดอุทัยธานี บ้านเลขที่ 160/54 ถนนเดิศิริ ตำบลอุทัยใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ 2 ชั้นครึ่ง จำนวน 2 หน้าห้อง ประกอบธุรกิจจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์หลากหลายยี่ห้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ธุรกิจใช้ในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค การจัดการส่วนประสมการตลาดอย่างเหมาะสม ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าตลอดกระบวนการซื้อและใช้บริการ ตั้งแต่การรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจซื้อ ไปจนถึงการใช้งานจริง ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเมื่อทุกองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดทำงานสอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยเพิ่มคุณค่านำไปสู่ความภักดีต่อแบรนด์ การกลับมาซื้อซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ ซึ่งเป็นผลลัพธ์สำคัญที่แสดงถึงความพึงพอใจของลูกค้าและความสำเร็จของธุรกิจ

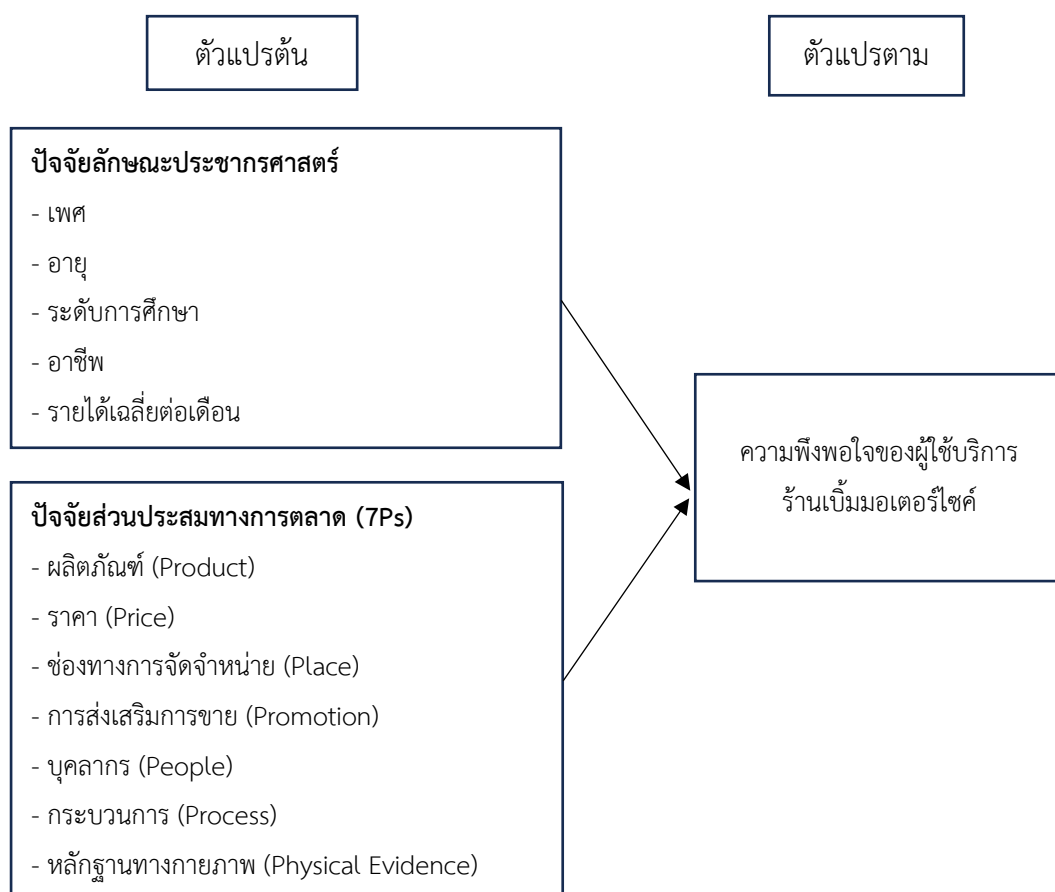
จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การใช้งานรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่กำลังดำเนินการและผู้ประกอบการรายใหม่ ที่ต้องการเข้าสู่ธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ อะไหล่ และบริการที่เกี่ยวข้อง จากประเด็นปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นถึง

ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาจากกรณีศึกษาของร้านเบิ้มมอเตอร์ไซค์ จังหวัดอุทัยธานี เพื่อเป็นแนวทางให้ธุรกิจอื่น ๆ ที่มีลักษณะการประกอบกิจการคล้ายหรือเหมือนกัน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ พัฒนา และสร้างศักยภาพในการขายและบริการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านเบิ้มมอเตอร์ไซค์ จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านเบิ้มมอเตอร์ไซค์ จังหวัดอุทัยธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเท่ากับประชากรทั้งหมดและมีการเก็บข้อมูลในเดือนพฤษภาคม 2567 ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ใช้บริการในกระบวนการบริการ คือ ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือบริการร้านเบ้้มมอเตอร์ไซค์ต่อเดือน จำนวน 215 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยนี้แบ่งโครงสร้างคำถามเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจเจกบุคคลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านเบ้้มมอเตอร์ไซค์โดยใช้รูปแบบคำถามปลายปิด (Closed-ended Question) ชนิดเลือกตอบ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านเบ้้มมอเตอร์ไซค์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) 5) People (บุคลากร) 6) กระบวนการ (Process) และ 7) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นคำถามโดยใช้มาตราวัด 5 ค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียวตามระดับการให้คะแนน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านเบ้้มมอเตอร์ไซค์ของผู้บริโภค

การทดสอบเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์การวิจัย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านประเมินคุณภาพแบบสอบถาม มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เฉลี่ยรวม 0.85 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีค่าประเมินผล IOC ที่สูง ดังนั้น จึงเหมาะสำหรับการใช้เป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัย (ศรินภรณ์ ล้อมวลีรักษ์ และคณะ, 2565)

วิธีรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มีขั้นตอน คือ จากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการร้านเบ้้มมอเตอร์ไซค์ ใช้แบบสอบถามแบบกระดาษและแจกแบบสอบถามให้ผู้ใช้บริการด้วยตนเอง โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการ เมื่อตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการรวบรวมเอกสารและบททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มีขั้นตอน คือ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น บทความวิชาการ หรือรายงานประจำปี เป็นต้น เพื่อเพิ่มความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ในวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลปัจเจกบุคคลทั่วไป และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ร้านเบ๊มมอเตอร์ไซค์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการร้านเบ๊มมอเตอร์ไซค์ จังหวัดอุทัยธานี

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	กลุ่มตัวอย่าง (n = 215)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	161	74.9
หญิง	54	25.1
อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	16	7.4
15 – 24 ปี	54	25.1
25 – 39 ปี	72	33.5
40 – 59 ปี	53	24.7
60 ปี ขึ้นไป	20	9.3
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	177	82.3
ปริญญาตรี	38	17.7
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	73	34.0
พนักงานบริษัทเอกชน	9	4.2
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	19	8.8
ธุรกิจส่วนตัว	15	7.0
ร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	76	35.3
อื่น ๆ	23	10.7
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	93	43.3
15,001 – 20,000 บาท	43	20.0
20,001 – 25,000 บาท	50	23.3
25,001 – 30,000 บาท	5	2.3
มากกว่า 30,001 บาท	24	11.1

จากตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการร้านเบ๊มมอเตอร์ไซค์ จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 161 คน (ร้อยละ 74.9)

มีอายุระหว่าง 25-39 ปี จำนวน 72 คน (ร้อยละ 33.8) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 177 คน (ร้อยละ 82.3) ประกอบอาชีพร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ จำนวน 73 คน (ร้อยละ 34.0) และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 93 คน (ร้อยละ 43.3)

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ผลการประเมิน
ผลิตภัณฑ์	4.96	0.19829	มากที่สุด
ราคา	4.94	0.24958	มากที่สุด
ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.10	0.34865	มาก
การส่งเสริมการขาย	3.82	0.92885	มาก
บุคลากร	3.47	0.39102	มาก
กระบวนการ	3.49	0.39834	มาก
หลักฐานทางกายภาพ	3.42	0.41387	มาก
รวม	3.89	0.4184	มาก

จากตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.96$) และปัจจัยด้านราคา ($\bar{X} = 4.94$) ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.10$) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.82$) ปัจจัยด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.49$) ปัจจัยด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.47$) และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.42$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ร้านเบมมอเตอร์ไซค์ จังหวัดอุทัยธานี

อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	B	SE.	Beta	T	Sig.
(Constant)	-5.573	0.705		-7.905	0.001*
ผลิตภัณฑ์	0.149	0.263	0.007	0.084	0.252
ราคา	0.150	0.210	-0.098	-1.240	0.148
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.517	0.122	0.188	0.621	0.001*
การส่งเสริมการขาย	0.162	0.047	0.126	0.072	0.001*
บุคลากร	0.469	0.109	0.184	2.0	0.001*
กระบวนการ	0.564	0.109	0.157	5.831	0.001*
หลักฐานทางกายภาพ	0.331	0.104	0.698	0.533	0.001*

R = 0.789 R Square = 0.622 Adjusted R Square = 0.610 Std. Error of the Estimate = 0.30415

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านเบ๊มมอเตอร์ไซค์ จังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ($B = 0.517$) การส่งเสริมการขาย ($B = 0.162$) บุคลากร ($B = 0.469$) กระบวนการ ($B = 0.564$) และหลักฐานทางกายภาพ ($B = 0.331$) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 61 สามารถเขียนสมการได้ดังนี้ $Y = -5.573 + (0.149)(\text{ราคา}) + (0.150)(\text{ผลิตภัณฑ์}) + (0.517)(\text{ช่องทางการจัดจำหน่าย}) + (0.162)(\text{การส่งเสริมการขาย}) + (0.469)(\text{บุคลากร}) + (0.564)(\text{กระบวนการ}) + (0.331)(\text{หลักฐานทางกายภาพ})$ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านเบ๊มมอเตอร์ไซค์ จังหวัดอุทัยธานี

อภิปรายผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการร้านเบ๊มมอเตอร์ไซค์จังหวัดอุทัยธานี พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล พลุสำราญ และคณะ (2566) ที่ศึกษาพบว่า เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2. อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านเบ๊มมอเตอร์ไซค์ จังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ($B = 0.517$) การส่งเสริมการขาย ($B = 0.162$) บุคลากร ($B = 0.469$) กระบวนการ ($B = 0.564$) และหลักฐานทางกายภาพ ($B = 0.331$) ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศราวุธ สุขมนิพนธ์ และคณะ (2565) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการล้อรถยนต์ กับศูนย์บริการบริษัททรัพย์รุ่งเรืองยานยนต์ จำกัด โดยผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการล้อรถยนต์ กับศูนย์บริการบริษัททรัพย์รุ่งเรืองยานยนต์ จำกัด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรเดช จรัสวิวัฒนศร และคณะ (2562) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ปู่เจ้า คอนเทนเนอร์ เทอร์มินอล จำกัด โดยผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านพนักงานให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่าเรือปู่เจ้าคอนเทนเนอร์เทอร์มินอล ส่วนปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัย ด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ปู่เจ้า คอนเทนเนอร์ เทอร์มินอล จำกัด

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านเบมมอเตอร์ไซด์ จังหวัดอุทัยธานี โดยการเลือกใช้บริการของเพศหญิงและเพศชาย มีความแตกต่างกันซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย ที่มีมาซื้อสินค้าหรือบริการอะไหล่รถจักรยานยนต์มากกว่า อายุของลูกค้าส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 25 – 39 ปี อาชีพของลูกค้าส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จะอยู่ต่ำกว่าปริญญาตรี และรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่จะมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ต่อเดือน ผู้ประกอบการเจ้าของร้านเบมมอเตอร์ไซด์จำเป็นต้องเน้นการสร้างบริการที่ตอบสนองต่อผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ให้มากขึ้น สร้างความแตกต่างในด้านการบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือบริการ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการร้านเบมมอเตอร์ไซด์ จังหวัดอุทัยธานี ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย กระบวนการบุคลากร และหลักฐานทางกายภาพ เห็นได้ว่า ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการใช้บริการร้านเบมมอเตอร์ไซด์ จังหวัดอุทัยธานี กล่าวคือ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพ ราคา ความหลากหลาย สถานที่ตั้ง และการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการเจ้าของร้านเบมมอเตอร์ไซด์ จำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบในด้านที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด และกำหนดกลยุทธ์เพื่อแก้ไขด้านที่ลูกค้าให้ความสำคัญลำดับรอง

เอกสารอ้างอิง

กรมการขนส่งทางบก. (2566, 30 กันยายน). รายงานสถิติการขนส่ง ปีงบประมาณ 2562-2566.

<https://web.dlt.go.th/statistics/plugins/UploadFive/uploads/6f6897ce35cd1d6a488eab4c29a548a0b5d0973421176078322eff0d7d61b5a5.pdf>

ทุนทองถิ่น. (2567, 12 มิถุนายน). รายงานพิเศษ เปิดข้อมูลโครงสร้างธุรกิจ “อุทัยธานี” พร้อมส่องรายได้ 10 บริษัทรายได้สูงสุดในพื้นที่. ทุนทองถิ่น https://xn72c4abajd1l8b4a0og.com/node/243#_ftn1

ธีรเดช จรัสวิวัฒน์, สุภาวดี คุ่มราษฎร์, & เพิ่มศิลป์ ยวงวงศ์ไพบูลย์. (2562, 12 กรกฎาคม). เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 เรื่อง “การวิจัยเพื่อรับใช้สังคม”. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 (หน้า 792-799). มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

พรพิมล พูลสำราญ, อัญศณี เพียรเจริญวงศ์ และ วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย. (2566). ส่วนประสมทางการตลาด บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านคาร์แคร์ ในจังหวัดนครปฐม. วารสารปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 2(1), 26-38.

ศราวุธ สุขมนโนมน์, ตะวัน วิกรัยพัฒน์, พิชัย ลิทศศักดิ์ศิริ และ ธนกฤต แยมเฟื่อน. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการยางล้อรถยนต์ กับศูนย์บริการบริษัททรัพย์รุ่งเรืองยางยนต์ จำกัด. วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, 6(1), 34-46.

ศรินภัสร ล้อมวลีรักษ์, ภาศิริ เขตปิยรัตน์ และ ศิริกานดา แหยมคง. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด.

วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน, 4(3), 91-105.

Commerce News Agency (CNA). (2566, 30 พฤษภาคม). กรมพัฒนาฯ เผยธุรกิจขายรถยนต์ไฮโดร
อะไหล่ บริการเกี่ยวเนื่อง มีแนวโน้มเติบโต. Commerce News Agency (CNA).

<https://www.commercenewsagency.com/news/6047>