

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยจะนำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.69$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\mu = 3.75$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\mu = 3.71$) ด้านการจำกัดขอบเขต ($\mu = 3.67$) และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\mu = 3.63$) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.59$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ($\mu = 3.68$) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลากร ($\mu = 3.66$) ด้านสถานที่ ($\mu = 3.55$) และด้านนโยบายการดำเนินงาน ($\mu = 3.47$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.94$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเงิน ($\mu = 3.96$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ($\mu = 3.95$) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ($\mu = 3.94$) และด้านลูกค้า ($\mu = 3.91$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ถดถอยการแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง (Y) ในจังหวัดมหาสารคาม ไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($p = .420$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการเงิน (Y_4) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($p = .280$) รองลงมา ได้แก่ กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร (Y_2) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($p = .215$) กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Y_3) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($p = .213$) และกลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านลูกค้า (Y_1) อยู่ในระดับต่ำ ($p = .109$)

5. ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง (Y) ในจังหวัดมหาสารคาม ไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($p = .474$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร (Y_2) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($p = .304$) รองลงมา ได้แก่ ภาพลักษณ์ (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านลูกค้า (Y_1) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($p = .209$) ภาพลักษณ์ (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านการเงิน (Y_4) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($p = .200$) และภาพลักษณ์ (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Y_3) อยู่ในระดับต่ำ ($p = .112$)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบในครั้งนี้ มีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ตามลำดับ

ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการสร้างความแตกต่าง ธุรกิจรถยนต์มือสอง ได้นำกลยุทธ์เพื่อจูงใจลูกค้าโดยการให้ส่วนลดด้านเงินสด มีการให้ของแถม เงินคาวน้นน้อย อัตราดอกเบี้ยต่ำการผ่อนชำระวงครมมีระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการของธุรกิจ

รถยนต์มือสองด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ธุรกิจมีการตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านการบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้าน การจำกัดขอบเขต ธุรกิจให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ออกแบบบริการสร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น รถยนต์ตอนเดียว รถยนต์สี่ประตู รถบรรทุก จำกัดขอบเขตด้านราคาและการใช้งานสำหรับผู้ซื้อที่พึงพอใจในการใช้รถยนต์มือสอง และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ธุรกิจใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คู่แข่งและเป็นประโยชน์สูงสุด เน้นความทันสมัยของรูปลักษณ์รถยนต์ เช่น สีของรถ วัสดุตกแต่งรถยนต์ ที่ราคาถูก แต่มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬารัตน์ ไชยา (2549 : 74) พบว่า 1) ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านการสร้าง ความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับผลการดำเนินงาน โดยรวม 2) ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านนวัตกรรม และด้านกลยุทธ์การตลาดมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า 3) ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดด้าน การวิจัยและพัฒนา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ด้านการ เรียนรู้และพัฒนาและด้านการเงิน 4) ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดด้านการสร้างตราสินค้า มี ความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายในองค์กร 5) ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และการเจาะตลาดมีความสัมพันธ์และ ผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กร และด้านการ เรียนรู้และพัฒนา

2. ภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย จากมาก ไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านนโยบายการดำเนินงาน ตามลำดับ

ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจรถยนต์มือสองได้มีการส่งจดหมายหรือสิ่งพิมพ์ทางไปรษณีย์ให้ลูกค้าโดยตรงเป็นประจำ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร โดยการแจกเอกสาร เช่น ใบปลิว แผ่นพับ เกี่ยวกับคุณสมบัติของรถยนต์และ อะไหล่รวมถึงข่าวสารด้านต่าง ๆ ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มือสอง นอกจากนี้ธุรกิจยัง จัดจำหน่ายบริการซื้อ-ขายและการเข้ารับบริการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ด้านบุคลากร พนักงานมีความสุภาพและเป็นมิตรให้บริการเป็นกันเองต่อลูกค้าและมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ ด้านสถานที่ การตกแต่งโชว์รูมสวยงาม ทันสมัย เป็นที่ดึงดูดใจลูกค้าและสะดวกในการใช้บริการ และแลกซื้อ และด้านนโยบายการดำเนินงาน ธุรกิจมีการให้บริการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ทาง โทรศัพท์ เช่น ราคา รถยนต์มือสอง ข้อมูลสินเชื่อในระบบต่าง ๆ มีการใช้ระบบการค้นหาข้อมูล ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ให้กับลูกค้า เช่น ข้อมูลการผ่อนชำระแต่ละงวด สอดคล้อง

กับงานวิจัยของ อิงอร ชัยยันต์ (2550 : 124) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยด้านพื้นฐานส่วนบุคคล ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง มีระดับการศึกษาสูงกว่าหรือเทียบเท่าระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด 2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และซื้อรถยนต์มือสองในราคา 200,001-300,000 บาท 3) ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากแก่อัตราดอกเบี้ยต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือ การส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และจำนวนเงินดาวน์ต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 4) ความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อรถยนต์มือสองขนาดของเครื่องยนต์ 1600-1899 ซีซี และส่วนใหญ่ผู้บริโภคมักมีความต้องการซื้อประเภทของรถยนต์มือสองประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน

3. ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร และด้านลูกค้า ตามลำดับ

ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า ผลการดำเนินงานรถยนต์มือสองด้านการเงิน กิจการมีมาตรการให้พนักงานสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ ทำให้ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ธุรกิจมีการคิดค้น การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัญหา และพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอสอดคล้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ธุรกิจมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาระบบการจัดการภายใน เช่น ระบบบัญชี ระบบโครงสร้างเงินเดือน มีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานเพื่อการเรียนรู้ และพัฒนากลยุทธ์ ด้านลูกค้า มีการให้บริการตรวจเช็คสภาพรถยนต์มือสองฟรีตามกำหนดระยะเวลาบริการแก่ลูกค้าทุกคนโดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของเสถียร ญาณสาร (2553 : 62) ทำการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับด้านสูงสุดไปหาต่ำสุด ได้แก่ ด้านการงบประมาณ ด้านการจัดหาบุคคลเข้าทำงาน และด้านการรายงานผล 2) ผลการบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความสัมพันธ์กับ อายุ และระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) สำหรับข้อเสนอแนะ เช่น ควรมีการควบคุมการปฏิบัติงาน ให้ได้ตามการวางแผนอย่างต่อเนื่อง ควรมีการแบ่งหน้าที่ และความรับผิดชอบ ให้แก่บุคลากร ในองค์กร อย่างชัดเจนและแน่นอน และ ควรนำหลักความรู้ความสามารถ เป็นเกณฑ์ พิจารณาคัดเลือกพนักงาน

4. กลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($p = .420$) ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า

กลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ มีการออกแบบ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง กระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้าคำแนะนำดีชมของลูกค้า มาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนนันท์ บุตรวงศ์ (2552 : 72) พบว่า ผู้บริหารธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การให้บริการ โดยรวม และเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและวางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกันและด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงาน โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน ผู้บริหารธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีระยะเวลาการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานแตกต่างกัน ผู้บริหารธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีระยะเวลาการประกอบธุรกิจ 5 ปีหรือน้อยกว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน มากกว่าระยะเวลาการประกอบธุรกิจ 11 - 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($p = .474$) ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า

ภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ธุรกิจใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่รถยนต์มือสอง มีการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้

ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง บรรลุวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิงอร ชัยยันต์ (2550 : 124) พบว่า 1) ปัจจัยด้าน พื้นฐานส่วนบุคคล ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/รับจ้าง มีระดับการศึกษาสูงกว่าหรือเทียบเท่าระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพ โสด 2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และซื้อรถยนต์มือสองในราคา 200,001-300,000 บาท 3) ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากแก่อัตราดอกเบี้ยต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือ การส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และจำนวนเงินไถ่จำค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

4) ความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อรถยนต์มือสองขนาดของเครื่องยนต์ 1600-1899 ซีซี และส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อประเภทของรถยนต์มือสองประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสถียร ญาณสาร (2553 : 62) พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับด้าน สูงสุดไปหาต่ำสุด ได้แก่ ด้านการงบประมาณ ด้านการจัดหาบุคคลเข้าทำงาน และด้านการรายงานผล

2) ผลการบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความสัมพันธ์กับ อายุ และระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) สำหรับ ข้อเสนอแนะ เช่น ควรมีการควบคุมการปฏิบัติงาน ให้ได้ตามการวางแผนอย่างต่อเนื่อง ควรมีการแบ่งหน้าที่ และความรับผิดชอบ ให้แก่บุคลากร ในองค์กร อย่างชัดเจนและแน่นอน และควรนำหลักความรู้ความสามารถ เป็นเกณฑ์ พิจารณาคัดเลือกพนักงาน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

เพื่อประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม และผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย ดังนี้

1.1 ด้านกลยุทธ์การแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง พบว่า อยู่ในระดับมาก จาก

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1.1 ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ธุรกิจควรควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

1.1.2 ด้านการสร้างความแตกต่าง ควรสร้างความแตกต่างในการให้ เงินค่าน้ำดื่ม และควรสร้างความแตกต่างทางด้านราคาการจำหน่ายรถยนต์มือสอง

1.1.3 ด้านการจำกัดขอบเขต ในการกำหนดราคาจำหน่ายควรคำนึงถึงความสามารถทางการเงินของลูกค้า

1.1.4 ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ธุรกิจควรมีการนำเสนอรูปแบบบริการใหม่ในการให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว

1.2 ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.2.1 ด้านบุคลากร พนักงานควรเป็นกันเองมีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ

1.2.2 ด้านสถานที่ ซื่อร้านควรมองเห็นได้ชัดเจนบริเวณร้านควรมีความสะอาดในการใช้บริการและแลกเปลี่ยน

1.2.3 ด้านนโยบายการดำเนินงาน ควรลดขั้นตอนเงื่อนไขการทำสัญญาเพื่อไม่ให้ยุ่งยากเกินไป

1.2.4 ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ควรมีการติดต่อหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเมื่อมีกิจกรรมของร้านหรือรถยนต์มือสองใหม่ ๆ อยู่เสมอ

1.3 ด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

จากการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.3.1 ด้านลูกค้า ธุรกิจควรมีการรับประกันคุณภาพของอะไหล่รถยนต์มือสอง เพื่อให้ลูกค้าเปลี่ยนได้เมื่อมีปัญหา

1.3.2 ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ธุรกิจควรใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

1.3.3 ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ธุรกิจควรมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า

1.3.4 ด้านการเงิน ธุรกิจควรมีผลตอบแทนจากการลงทุนที่น่าพอใจ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม
- 2.2 ควรศึกษาส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจรถยนต์มือสองในจังหวัดมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY