

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขัน และประสิทธิภาพกับการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกัน ในการแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

μ	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
σ	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
X	แทน	กลยุทธ์การแข่งขัน
X_1	แทน	ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน
X_2	แทน	ด้านการสร้างความแตกต่าง
X_3	แทน	ด้านการจำกัดขอบเขต
X_4	แทน	ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว
Z	แทน	ภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง
Z_1	แทน	ด้านบุคลากร
Z_2	แทน	ด้านสถานที่
Z_3	แทน	ด้านนโยบายการดำเนินงาน
Z_4	แทน	ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย
Y	แทน	ผลการดำเนินงาน
Y_1	แทน	ด้านลูกค้า
Y_2	แทน	ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร
Y_3	แทน	ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

Y_4	แทน ด้านการเงิน
ρ	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และจำนวนพนักงาน โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์ การหาค่าสถิติพื้นฐาน ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้ และการเจริญเติบโต และด้านการเงิน โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์ของ 2 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติทีเทส

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และจำนวนพนักงาน ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน และร้อยละ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	82	65.60
หญิง	43	34.40
รวม	125	100.00
2. อายุ		
20 - 30 ปี	22	17.60
31-40 ปี	37	29.60
41-50 ปี	43	34.40
มากกว่า 50 ปี	23	18.40
รวม	125	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	12.00
ปริญญาตรี	69	55.20
สูงกว่าปริญญาตรี	41	32.80
รวม	125	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. จำนวนพนักงาน		
น้อยกว่า 3 คน	28	22.40
3 – 5 คน	63	50.40
มากกว่า 5 คน	34	27.20
รวม	125	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 65.60 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40

อายุส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.60 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 18.40 และอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.60

การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

จำนวนพนักงาน 3-5 คน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 รองลงมา คือ มากกว่า 5 คน จำนวน 34 คน คิดเป็น ร้อยละ 27.20 และพนักงานน้อยกว่า 3 คน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

2.1 ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม 4 ด้าน คือ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างแตกต่าง ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 3 ถึง 7

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

กลยุทธ์การแข่งขันของ ธุรกิจรถยนต์มือสอง	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน	3.63	0.72	มาก
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	3.75	0.79	มาก
3. ด้านการจำกัดขอบเขต	3.67	0.76	มาก
4. ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว	3.71	0.83	มาก
ภาพรวม	3.69	0.78	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.69$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\mu = 3.75$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\mu = 3.71$) ด้านการจำกัดขอบเขต ($\mu = 3.67$) และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\mu = 3.63$) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน จำแนกรายข้อ

ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด	3.29	0.71	ปานกลาง
2. ธุรกิจเน้นความทันสมัยของรูปลักษณ์รถยนต์ เช่น สีของรถ วัสดุตกแต่งรถยนต์ ที่ราคาถูก แต่มีคุณภาพ	3.78	0.65	มาก
3. ธุรกิจใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คุ่มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด	3.69	0.66	มาก
4. ธุรกิจต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น	3.73	0.80	มาก
5. ธุรกิจมีการพยายามจัดการลดต้นทุนในทุกด้าน	3.66	0.76	มาก
ภาพรวม	3.63	0.72	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.63$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจเน้นความทันสมัยของรูปลักษณ์รถยนต์ เช่น สีของรถ วัสดุตกแต่งรถยนต์ ที่ราคาถูก แต่มีคุณภาพ ($\mu = 3.78$) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ($\mu = 3.73$) ธุรกิจใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คุ่มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด ($\mu = 3.69$) ธุรกิจมีการพยายามจัดการลดต้นทุนในทุกด้าน ($\mu = 3.66$) และธุรกิจมีการควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด ($\mu = 3.29$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการสร้างความแตกต่าง จำแนกรายข้อ

ด้านการสร้างความแตกต่าง	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจได้สร้างความแตกต่างทางด้านราคาจำหน่าย รถยนต์มือสอง	3.66	0.98	มาก
2. ขนาดของห้องโดยสารและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก การตกแต่งภายใน	3.69	0.74	มาก
3. เงินค่าน้อย อัตราดอกเบี้ยต่ำ	3.62	0.83	มาก
4. การให้ส่วนลดเงินสด และของแถม	3.92	0.71	มาก
5. ระยะเวลาในการผ่อนชำระยาว	3.85	0.70	มาก
ภาพรวม	3.75	0.79	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านกลยุทธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.75$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การให้ส่วนลดเงินสด และของแถม ($\mu = 3.92$) รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาในการผ่อนชำระยาว ($\mu = 3.85$) ขนาดของห้องโดยสารและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก การตกแต่งภายใน ($\mu = 3.69$) ธุรกิจได้สร้างความแตกต่างทางด้านราคาจำหน่ายรถยนต์มือสอง ($\mu = 3.66$) และเงินค่าน้อย อัตราดอกเบี้ยต่ำ ($\mu = 3.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการจำกัดขอบเขต จำแนกรายข้อ

ด้านการจำกัดขอบเขต	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก	3.74	0.84	มาก
2. ธุรกิจออกแบบการให้บริการที่หลากหลายโดยคำนึงถึง ความสามารถทางการเงินของลูกค้า	3.51	0.80	มาก
3. ธุรกิจออกแบบบริการสร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น รถยนต์มือเดียว รถยนต์สี่ประตู รถบรรทุก	3.73	0.77	มาก
4. ธุรกิจจำกัดขอบเขตด้านราคาและการใช้งานสำหรับผู้ซื้อ ที่พึงพอใจในการใช้รถยนต์มือสอง	3.70	0.75	มาก
5. ธุรกิจจำกัดขอบเขตส่วนของตลาดที่สามารถใช้เป็นฐาน ในการขยายตัวทางตลาดได้ในอนาคต	3.68	0.63	มาก
ภาพรวม	3.67	0.76	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านระบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ($\mu = 3.74$) รองลงมาได้แก่ ธุรกิจออกแบบบริการสร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น รถยนต์มือเดียว รถยนต์สี่ประตู รถบรรทุก ($\mu = 3.73$) ธุรกิจจำกัดขอบเขตด้านราคาและการใช้งานสำหรับผู้ซื้อที่พึงพอใจในการใช้รถยนต์มือสอง ($\mu = 3.70$) ธุรกิจจำกัดขอบเขตส่วนของตลาดที่สามารถใช้เป็นฐานในการขยายตัวทางตลาดได้ในอนาคต ($\mu = 3.68$) และธุรกิจออกแบบการให้บริการที่หลากหลายโดยคำนึงถึงความสามารถทางการเงินของลูกค้า ($\mu = 3.51$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว จำแนกรายข้อ

ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการเสนอรูปแบบบริการใหม่อย่างรวดเร็ว	3.63	0.83	มาก
2. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.78	0.80	มาก
3. พนักงานให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.66	0.75	มาก
4. ธุรกิจมีการตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านการบริการตามความต้องการของลูกค้า	3.80	0.87	มาก
5. ธุรกิจให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็วตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด	3.69	0.88	มาก
ภาพรวม	3.71	0.83	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.71$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีการตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านการบริการตามความต้องการของลูกค้า ($\mu = 3.80$) รองลงมา ได้แก่ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ($\mu = 3.78$) ธุรกิจให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็วตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด ($\mu = 3.69$) พนักงานให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ($\mu = 3.66$) และธุรกิจมีการเสนอรูปแบบบริการใหม่อย่างรวดเร็ว ($\mu = 3.63$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

3.1 ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม 4 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 8 ถึง 12

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านบุคลากร	3.66	0.63	มาก
2. ด้านสถานที่	3.55	0.91	มาก
3. ด้านนโยบายการดำเนินงาน	3.47	0.79	มาก
4. ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย	3.68	0.80	มาก
ภาพรวม	3.59	0.78	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.59$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ($\mu = 3.68$) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลากร ($\mu = 3.66$) ด้านสถานที่ ($\mu = 3.55$) และด้านนโยบายการดำเนินงาน ($\mu = 3.47$) ตามลำดับ

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านบุคลากร จำแนกรายข้อ

ด้านบุคลากร	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. พนักงานมีทักษะความรู้ด้านรถยนต์ดี	3.53	0.64	มาก
2. พนักงานมีความสุภาพและเป็นมิตร	3.84	0.66	มาก
3. พนักงานให้บริการเป็นกันเองต่อลูกค้า	3.78	0.44	มาก
4. พนักงานให้บริการเป็นกันเองต่อลูกค้า	3.74	0.78	มาก
5. พนักงานมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	3.42	0.64	ปานกลาง
ภาพรวม	3.66	0.63	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.66$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีความสุภาพและเป็นมิตร ($\mu = 3.84$) รองลงมา ได้แก่ พนักงานให้บริการเป็นกันเองต่อลูกค้า ($\mu = 3.78$) พนักงานให้บริการเป็นกันเองต่อลูกค้า ($\mu = 3.74$) พนักงานมีทักษะความรู้ด้านรถยนต์ดี ($\mu = 3.53$) และพนักงานมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ ($\mu = 3.42$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสถานที่ จำแนกรายข้อ

ด้านสถานที่	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกในการใช้บริการและแลกซื้อ	3.57	0.82	มาก
2. ติดป้ายโฆษณารถยนต์มือสองและซื้อร้านที่มองเห็นได้ ชัดเจน	3.59	0.89	มาก
3. มีการโชว์รถยนต์หน้าร้านอย่างเป็นระเบียบ สะดวกใน การเดินชมและเลือกซื้อ	3.46	0.98	มาก
4. ภายในร้าน ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย ดึงดูดใจลูกค้า	3.48	0.94	มาก
5. ความสะอาดภายในโชว์รูมร้านตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ มือสอง	3.65	0.91	มาก
ภาพรวม	3.55	0.91	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้าน
สถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.55$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก
ทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะอาดภายในโชว์รูมร้านตัวแทน
จำหน่ายรถยนต์มือสอง ($\mu = 3.65$) รองลงมา ได้แก่ ติดป้ายโฆษณารถยนต์มือสองและซื้อร้านที่
มองเห็นได้ชัดเจน ($\mu = 3.59$) ที่ตั้งของร้านสะดวกในการใช้บริการและแลกซื้อ ($\mu = 3.57$) ภายใน
ร้าน ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย ดึงดูดใจลูกค้า ($\mu = 3.48$) และมีการโชว์รถยนต์หน้าร้านอย่างเป็น
ระเบียบ สะดวกในการเดินชมและเลือกซื้อ ($\mu = 3.46$) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านนโยบายการดำเนินงาน จำแนกรายข้อ

ด้านนโยบายการดำเนินงาน	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ระเบียบขั้นตอนเงื่อนไขการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก	3.03	0.67	ปานกลาง
2. ธุรกิจมีการให้บริการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ทางโทรศัพท์ เช่น ราคารถยนต์มือสอง ข้อมูลสินเชื่อในระบบต่าง ๆ	3.84	0.98	มาก
3. มีการใช้ระบบการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ด้วยระบบ คอมพิวเตอร์ให้กับลูกค้า เช่น ข้อมูลการผ่อนชำระแต่ ละงวด	3.62	0.80	มาก
4. มีการส่งเสริมการขายโดยรับคูปองชิงโชค	3.39	0.72	ปานกลาง
5. มีผู้แสดงความคิดเห็นและแบบประเมินการบริการ	3.48	0.79	มาก
ภาพรวม	3.47	0.79	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านนโยบายการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.47$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีการให้บริการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ทางโทรศัพท์ เช่น ราคารถยนต์มือสอง ข้อมูลสินเชื่อในระบบต่าง ๆ ($\mu = 3.84$) รองลงมา ได้แก่ มีการใช้ระบบการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ให้กับลูกค้า เช่น ข้อมูลการผ่อนชำระแต่ละงวด ($\mu = 3.62$) มีผู้แสดงความคิดเห็นและแบบประเมินการบริการ ($\mu = 3.48$) มีการส่งเสริมการขายโดยรับคูปองชิงโชค ($\mu = 3.39$) และระเบียบขั้นตอนเงื่อนไขการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ($\mu = 3.03$) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย จำแนกรายข้อ

ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. มีการติดต่อหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเมื่อมีกิจกรรมของร้านหรือรถยนต์มือสองใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.36	0.86	ปานกลาง
2. ส่งจดหมายหรือสิ่งพิมพ์ทางไปรษณีย์ให้ลูกค้าโดยตรงเป็นประจำ	3.82	0.82	มาก
3. มีเอกสารข่าวแจก เช่น ใบปลิว แผ่นพับ เกี่ยวกับคุณสมบัติของรถยนต์และอะไหล่รวมถึงข่าวสารด้านต่าง ๆ ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มือสอง	3.81	0.75	มาก
4. ธุรกิจจดจำประวัติการซื้อ-ขายและการเข้ารับบริการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.72	0.84	มาก
5. พนักงานสามารถจดจำข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าได้ เช่น ทักทายชื่อลูกค้าได้อย่างแม่นยำทุกครั้งที่ใช้บริการหรือสถานที่ทำงานเป็นต้น	3.67	0.75	มาก
ภาพรวม	3.68	0.80	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ภาพลักษณ์ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านนโยบายการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.68$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ส่งจดหมายหรือสิ่งพิมพ์ทางไปรษณีย์ให้ลูกค้าโดยตรงเป็นประจำ ($\mu = 3.82$) รองลงมา ได้แก่ มีเอกสารข่าวแจก เช่น ใบปลิว แผ่นพับ เกี่ยวกับคุณสมบัติของรถยนต์และอะไหล่รวมถึงข่าวสารด้านต่าง ๆ ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มือสอง ($\mu = 3.81$) ธุรกิจจดจำประวัติการซื้อ-ขายและการเข้ารับบริการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ($\mu = 3.72$) พนักงานสามารถจดจำข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าได้ เช่น ทักทายชื่อลูกค้าได้อย่างแม่นยำทุกครั้งที่ใช้บริการ หรือสถานที่ทำงานเป็นต้น ($\mu = 3.67$) และมีการติดต่อหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเมื่อมีกิจกรรมของร้านหรือรถยนต์มือสองใหม่ ๆ อยู่เสมอ ($\mu = 3.36$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม 4 ด้าน คือ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต และด้านการเงิน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 13 ถึง 17

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการดำเนินงาน	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านลูกค้า	3.91	0.89	มาก
2. ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร	3.94	0.91	มาก
3. ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต	3.95	0.82	มาก
4. ด้านการเงิน	3.96	0.87	มาก
ภาพรวม	3.94	0.87	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.94$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเงิน ($\mu = 3.96$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ($\mu = 3.95$) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ($\mu = 3.94$) และด้านลูกค้า ($\mu = 3.91$) ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านและจำแนกรายข้อ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ ธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านลูกค้า จำแนกรายข้อ

ด้านลูกค้า	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจนำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ	3.85	0.90	มาก
2. ธุรกิจบริการแก่ลูกค้าทุกคน โดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน	3.97	0.91	มาก
3. ธุรกิจมีการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และไม่ละเลยต่อลูกค้ารายเดิมอยู่อย่างต่อเนื่อง	3.94	0.90	มาก
4. มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์มือสองฟรีตามกำหนดระยะเวลา	3.98	0.86	มาก
5. มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่รถยนต์มือสอง	3.82	0.87	มาก
ภาพรวม	3.91	0.89	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.91$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย ดังนี้ มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์มือสองฟรีตามกำหนดระยะเวลา ($\mu = 3.98$) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจบริการแก่ลูกค้าทุกคน โดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน ($\mu = 3.97$) ธุรกิจมีการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และไม่ละเลยต่อลูกค้ารายเดิมอยู่อย่างต่อเนื่อง ($\mu = 3.94$) ธุรกิจนำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ($\mu = 3.85$) และมีการรับประกันคุณภาพอะไหล่รถยนต์มือสอง ($\mu = 3.82$) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร
จำแนกรายข้อ

ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการจัดลำดับก่อนหลังในการมาติดต่อขอใช้ บริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ	3.98	0.99	มาก
2. ธุรกิจมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานในแต่ละรอบ ระยะเวลา เพื่อการเรียนรู้ และพัฒนากลยุทธ์	3.99	0.80	มาก
3. ธุรกิจใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อ นำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ	3.76	0.89	มาก
4. ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าและคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ เป็นอย่างดี	3.96	0.97	มาก
5. ธุรกิจนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาระบบการ จัดการภายใน เช่น ระบบบัญชี ระบบโครงสร้าง เงินเดือน	4.01	0.92	มาก
ภาพรวม	3.94	0.91	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม
ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.94$) และเมื่อพิจารณา
ข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจนำระบบ
เทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาระบบการจัดการภายใน เช่น ระบบบัญชี ระบบโครงสร้างเงินเดือน
($\mu = 4.01$) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานในแต่ละรอบระยะเวลา เพื่อการ
เรียนรู้ และพัฒนากลยุทธ์ ($\mu = 3.99$) ธุรกิจมีการจัดลำดับก่อนหลังในการมาติดต่อขอใช้บริการ
หรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ ($\mu = 3.98$) ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจและ
แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ($\mu = 3.96$) และธุรกิจ
ใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ($\mu = 3.76$)
ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต
จำแนกรายข้อ

ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานได้รับความรู้ เพื่อให้พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น	3.91	0.82	มาก
2. ธุรกิจมีการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ	3.95	0.91	มาก
3. ธุรกิจมีการออกแบบ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง กระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อ สนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า	3.82	0.80	มาก
4. ธุรกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับนวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ	3.92	0.81	มาก
5. ธุรกิจมีการคิดค้น การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษา ปัญหา และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4.16	0.76	มาก
ภาพรวม	3.95	0.82	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม
ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.95$) และเมื่อพิจารณาราย
ข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีการ
คิดค้น การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัญหา และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ($\mu = 4.16$) รองลงมา
ได้แก่ ธุรกิจมีการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
ใหม่ ๆ ($\mu = 3.95$) ธุรกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยี
สารสนเทศใหม่ ๆ ($\mu = 3.92$) ธุรกิจส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานได้รับความรู้ เพื่อให้
พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ($\mu = 3.91$) และธุรกิจมีการออกแบบ ปรับปรุง
เปลี่ยนแปลงกระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของ
ลูกค้า ($\mu = 3.82$) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการเงิน จำแนกรายข้อ

ด้านการเงิน	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.94	0.75	มาก
2. ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน	3.99	0.88	มาก
3. กิจการมีมาตรการให้พนักงานสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ	4.09	0.86	มาก
4. ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์	3.98	0.98	มาก
5. ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ	3.82	0.86	มาก
ภาพรวม	3.96	0.87	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการเงิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.96$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจการมีมาตรการให้พนักงานสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ ($\mu = 4.09$) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน ($\mu = 3.99$) ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ ($\mu = 3.98$) ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\mu = 3.94$) และธุรกิจมีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ ($\mu = 3.82$) ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงาน ของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) (ρ) ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์โดยรวม จำแนกเป็นรายด้าน และรายคู่ รายละเอียดยุ่ ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจรถยนต์ (ρ) ในจังหวัดมหาสารคาม เป็นรายด้านและโดยรวม

	X	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y
X	1									
X ₁	.582	1								
X ₂	.416	.091	1							
X ₃	.345	.090	.297	1						
X ₄	.642	.137	.046	.035	1					
Y ₁	.109	.131	.157	.074	.105	1				
Y ₂	.215	.162	.045	.212	.367	.279	1			
Y ₃	.213	.015	.224	.111	.062	.037	.043	1		
Y ₄	.280	.283	.140	.110	.318	.203	.112	.086	1	
Y	.420	.154	.133	.174	.397	.563	.604	.505	.294	1

จากตารางที่ 18 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง (Y) ในจังหวัดมหาสารคาม โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\rho = .420$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการเงิน (Y₄) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($\rho = .280$) รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร (Y₂) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($\rho = .215$) กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Y₃) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($\rho = .213$) และกลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านลูกค้า (Y₁) อยู่ในระดับต่ำ ($\rho = .109$)

6. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ รถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม

6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับผลการ
ดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) (ρ) ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์โดยรวมจำแนกเป็น
รายด้าน และรายคู่ รายละเอียด ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์
(ρ) ในจังหวัดมหาสารคาม เป็นรายด้านและโดยรวม

	Z	Z ₁	Z ₂	Z ₃	Z ₄	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y
Z	1									
Z ₁	.774	1								
Z ₂	.641	.359	1							
Z ₃	.565	.365	.297	1						
Z ₄	.518	.191	.117	.247	1					
Y ₁	.209	.303	.167	.162	.075	1				
Y ₂	.304	.434	.242	.173	.174	.279	1			
Y ₃	.112	.149	.177	.115	.168	.130	.347	1		
Y ₄	.200	.199	.120	.080	.187	.178	.187	.460	1	
Y	.474	.265	.133	.177	.397	.563	.604	.505	.420	1

จากตารางที่ 23 พบว่า ภาพลักษณ์ (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจรถยนต์มือสอง (Y) ในจังหวัดมหาสารคาม โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับ
ปานกลาง ($\rho = .474$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการ
ดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร
(Y₂) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($\rho = .304$) รองลงมา ได้แก่ ภาพลักษณ์ (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการ
ดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านลูกค้า (Y₁) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($\rho = .209$) ภาพลักษณ์

(Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์มือสอง ด้านการเงิน (Y_4) อยู่ในระดับ
ค่อนข้างต่ำ ($p = .200$) และภาพลักษณ์ (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์
มือสอง ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Y_3) อยู่ในระดับต่ำ ($p = .112$)



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY