บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษา “การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านล้าง อัด ฉีด แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ วัตถุประสงค์ที่หนึ่ง เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านล้าง อัด ฉีดแห่งหนึ่ง วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด ผลการศึกษามีดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านล้าง อัด ฉีดแห่งหนึ่ง

ผลการศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและ ผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านล้าง อัด ฉีดแห่งหนึ่ง เป็นการวิเคราะห์ทางการเงิน ประกอบด้วย การประมาณต้นทุน ผลตอบแทนและกระแสการไหลเวียนของเงินสด การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) การวิเคราะห์อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) ซึ่งเมื่อนำงบกระแสเงินสดในแต่ละปีมาคำนวณหาค่าชี้วัดทางการเงินแล้วสามารถแสดงผลการคำนวณได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านล้าง อัด ฉีด เมื่อกำหนดอัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับ 10%

ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน	ผลการคำนวณ
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	108%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	254,736.97
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio)	1.14
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	10 เดือน 28 วัน

ที่มา: จากการคำนวณ (ดูภาคผนวก)

จากผลการศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ ความเหมาะสม และจุดคุ้มทุนของโครงการ โดยทำการวิเคราะห์ทางด้านการเงิน ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ NPV, IRR, B/C Ratio, Payback Period ณ ระดับอัตราคิดลด 10% ซึ่งผลได้ดังตารางที่ 4.1 นั้นพบว่ามีความเป็นไปได้ในเชิงเศรษฐศาสตร์สำหรับการดำเนินการธุรกิจร้านล้าง อัด ฉีด เพราะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1) ค่า IRR มีค่าร้อยละ 108% แสดงว่าอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีมากกว่าค่าเสียโอกาส ซึ่งกำหนดไว้ที่ 10% หมายความว่า ในขณะที่อัตราคิดลดที่ใช้ในธุรกิจเท่ากับ 10% จากการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน มีค่าเท่ากับ 108% ซึ่งมีค่ามากกว่าอัตราคิดลดที่เราใช้ในธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจร้านล้าง อัด ฉีด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่าแก่การลงทุน

2) ค่า NPV มีค่า 254,736.97 บาท ซึ่งมีมากกว่า 0 ดังนั้นจึงมีความเป็นได้ที่จะดำเนินธุรกิจเนื่องจากค่า NPV ไม่ติดลบ หมายความว่า รายได้หรือผลตอบแทนหลังจากที่จ่ายคืนค่าต้นทุนที่เกิดขึ้นแล้ว เมื่อนำมาคำนวณอัตราคิดลดที่กำหนดไว้ 10% แล้วนั้น มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก แสดงว่าธุรกิจนี้มีผลประโยชน์ที่คุ้มค่ากับการลงทุนในภาวะปัจจุบัน

3) ค่า B/C Ratio มีค่า 1.14 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าผลตอบแทนมีค่ามากกว่าต้นทุน หมายความว่า ผลตอบแทนที่ได้รับจากธุรกิจเมื่อคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันมีค่ามากกว่าค่ารายจ่ายทั้งหมดของธุรกิจที่คิดเป็นมูลค่าปัจจุบันเป็น 1.14 เท่า แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจนี้มีผลประโยชน์คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายทั้งหมดของธุรกิจ

4) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 10 เดือน 28 วัน หมายความว่า ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ให้ผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับค่าใช้จ่ายในการลงทุน 10 เดือน 28 วัน

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด

ผลการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด ได้วิเคราะห์ถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ความพึงพอใจหลังการใช้บริการและความคิดเห็นในการปรับปรุงการให้บริการ ของผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด ผลการศึกษามีดังนี้

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

การสอบข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ทราบถึงลักษณะหรือกลุ่มลูกค้าผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ข้อมูลที่ถามจึงประกอบด้วย เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาและอาชีพของผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด รายละเอียดแต่ละเรื่องประกอบด้วย

1) เพศ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดจำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนเป็นเพศชายมากกว่า แต่เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และเมื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พิจารณาตามสัดส่วนร้อยละพบว่าเพศชายใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อเดือนและเพศหญิงใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือนมีสัดส่วนมากกว่า ดังตารางที่ 4.2

สรุปได้ว่า การที่เพศชายใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดมากกว่าเพศหญิง คาดว่าเนื่องจากเพศชายมีความสนใจเรื่องรถและการดูแลรักษารถมากกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 4.2 จำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการล้าง อัด ฉีดต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
ชาย	จำนวน	49	16	65
	ร้อยละ	66.22	61.54	65.00
หญิง	จำนวน	25	10	35
	ร้อยละ	33.78	38.46	35.00
รวม	จำนวน	74	26	100
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

2) สถานภาพสมรส

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดจำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่สถานภาพสมรส แต่เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่สถานภาพโสด ดังตารางที่ 4.3

สรุปได้ว่า การที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสมากกว่ามีสถานภาพอื่น อาจคาดได้ว่าเนื่องจาก เมื่อมีครอบครัวแล้วจึงไม่มีเวลาในการดูแลทำความสะอาดรถด้วยตนเอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.3 สถานภาพผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

สถานภาพสมรส		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
โสด	จำนวน	30	13	43
	ร้อยละ	40.54	50.00	43.00
สมรส	จำนวน	42	12	54
	ร้อยละ	56.76	46.15	54.00
อื่น ๆ (หย่า)	จำนวน	2	1	3
	ร้อยละ	2.70	3.85	3
รวม	จำนวน	74	26	100
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

3) ระดับการศึกษา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดจำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า แต่เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า และเมื่อพิจารณาตามสัดส่วนร้อยละ พบว่าผู้ใช้บริการระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีใช้บริการ 1- 3 ครั้งต่อเดือน ในขณะที่ผู้ใช้บริการระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าจะใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือนมีสัดส่วนมากกว่า ดังตารางที่ 4.4

สรุปได้ว่า การที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า คาดได้ว่าเนื่องจาก ผู้มาใช้บริการเป็นบุคคลที่ทำงานประจำ ไม่มีเวลาในการทำความสะอาดดูแลรักษารถด้วยตนเอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.4 ระดับการศึกษาผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

ระดับการศึกษา		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	จำนวน	27	8	35
	ร้อยละ	36.49	30.77	35.00
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	จำนวน	47	18	65
	ร้อยละ	63.51	69.23	65.00
รวม	จำนวน	74	26	100
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

4) อาชีพ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากกว่าอาชีพอื่น และเมื่อพิจารณาตามสัดส่วนร้อยละพบว่าผู้ที่ประกอบอาชีพ รับราชการ พนักงานเอกชน เจ้าของกิจการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ในขณะที่ผู้ที่ประกอบอาชีพ นักเรียน นักศึกษา อื่น ๆ (พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย รับจ้าง) ใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อเดือนมีสัดส่วนมากกว่า ดังตารางที่ 4.5

สรุปได้ว่า การที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน คาดได้ว่าเนื่องจากเป็นบุคคลที่มีอาชีพมั่นคงและแน่นอน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.5 อาชีพผู้ใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

อาชีพ		ในการจำนวนครั้งใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
รับราชการ	จำนวน	16	8	24
	ร้อยละ	21.62	30.77	24.00
พนักงานเอกชน	จำนวน	31	12	33
	ร้อยละ	41.89	46.15	33.00
เจ้าของกิจการ	จำนวน	9	4	13
	ร้อยละ	12.16	15.38	13.00
นักเรียน นักศึกษา	จำนวน	6	1	7
	ร้อยละ	8.11	3.85	7.00
อื่นๆ(รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย รับจ้าง)	จำนวน	12	1	13
	ร้อยละ	16.22	3.85	13.00
รวม	จำนวน	74	26	100
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

4.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของผู้ใช้บริการ

พฤติกรรมการใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย ประเภทรถ ชนิดรถ จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน วันที่นิยมนำรถมาใช้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ใครเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1) ประเภทรถของที่นำมาใช้บริการ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา ประเภทรถของที่นำมาใช้บริการมากที่สุดได้แก่รถยนต์หรือรถกะบะ เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่ม นำรถยนต์หรือรถกะบะมาใช้บริการมากกว่ารถจักรยานยนต์ ดังตารางที่ 4.6

สรุปได้ว่า ในรอบ 1 เดือน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะนำรถยนต์หรือรถกะบะมาใช้บริการมากกว่ารถจักรยานยนต์ คาดได้ว่าเนื่องจาก การทำความสะอาดรถยนต์หรือรถกะบะต้องใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

เวลานานเจ้าของรถไม่มีเวลาที่จะทำความสะอาดเองและทำความสะอาดยากต่อการทำความสะอาดให้ทั่วถึง จึงมาใช้บริการเพื่อความสะดวก

ตารางที่ 4.6 ประเภทรถที่นำรถมาใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดในรอบ 1 เดือนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

ประเภทรถ		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
รถยนต์หรือรถกะบะ	จำนวน	63	24	87
	ร้อยละ	72.41	27.59	100.00
รถจักรยานยนต์	จำนวน	18	15	33
	ร้อยละ	54.54	45.45	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

2) ชนิดของรถที่นำมาใช้บริการ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา ประเภทรถยนต์หรือกะบะยี่ห้อรถญี่ปุ่น และประเภทรถจักรยานยนต์ยี่ห้อรถไม่เกิน 125 ซีซี มาใช้บริการมากที่สุด เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่านำรถยนต์หรือรถกะบะยี่ห้อรถญี่ปุ่นมาใช้บริการมากกว่ารถยี่ห้ออื่น และเมื่อพิจารณาตามสัดส่วนร้อยละ พบว่ารถยนต์หรือรถกะบะยี่ห้อญี่ปุ่นมาใช้บริการ 1- 3 ต่อเดือน และรถจักรยานยนต์ยี่ห้อรถเกิน 125 ซีซี มีสัดส่วนมากกว่า ดังตารางที่ 4.7

สรุปได้ว่า ในรอบ 1 เดือน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะนำรถยนต์หรือรถกะบะชนิดรถญี่ปุ่นมาใช้บริการมากกว่ารถชนิดอื่น คาดว่าเนื่องจากเป็นรถตลาด อะไหล่ไม่แพงหาง่ายเมื่อเปรียบเทียบกับรถประเภทเดียวกันยี่ห้ออื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.7 ยี่ห้อรถที่นำมาใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดในรอบ 1 เดือนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

ประเภทรถ	ยี่ห้อรถ		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
			1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
รถยนต์หรือรถกะบะ	รถญี่ปุ่น	จำนวน	55	19	74
		ร้อยละ	74.32	25.68	100.00
	รถเกาหลี	จำนวน	5	5	10
		ร้อยละ	50.00	50.00	100.00
	รถยุโรป	จำนวน	5	5	10
		ร้อยละ	50.00	50.00	100.00
รถจักรยานยนต์	ไม่เกิน 125 ซีซี	จำนวน	13	8	21
		ร้อยละ	61.90	38.10	100.00
	เกิน 125 ซีซี	จำนวน	5	11	16
		ร้อยละ	31.25	68.75	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

3) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา 100 - 300 บาท เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย 100 - 300 บาท ดังตารางที่ 4.8

สรุปได้ว่า ในรอบ 1 เดือนผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 100 – 300 บาทในการใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด คาดว่าเป็นราคาเหมาะสมที่ผู้ใช้บริการส่วนมากยินดีที่จะจ่ายในการมาใช้บริการต่อ 1 เดือน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.8 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่นำรถมาใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
น้อยกว่า 100 บาท	จำนวน	13	1	14
	ร้อยละ	17.57	3.85	14.00
100 – 300 บาท	จำนวน	54	10	64
	ร้อยละ	72.97	38.46	64.00
301 – 500 บาท	จำนวน	7	6	13
	ร้อยละ	9.46	23.08	13.00
มากกว่า 500 บาท	จำนวน	0.00	9	9
	ร้อยละ	0.00	34.61	9.00
รวม	จำนวน	74	26	100
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

4) ช่วงวันที่นิยมใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดวันเสาร์และวันอาทิตย์มากที่สุด เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.9

สรุปได้ว่า การที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด วันเสาร์และวันอาทิตย์ คาดว่าเนื่องจาก เป็นวันหยุดจากการทำงานและสะดวกที่นำรถมาใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.9 ช่วงวันที่นิยมนำรถมาใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

วัน		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		ร้อยละ
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
จันทร์ – ศุกร์	จำนวน	29	11	40
	ร้อยละ	72.50	27.50	100.00
เสาร์ – อาทิตย์	จำนวน	56	19	75
	ร้อยละ	74.67	25.33	100.00
วันหยุดนักขัตฤกษ์	จำนวน	17	6	23
	ร้อยละ	73.91	26.09	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

5) เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดเพราะต้องการรักษาคุณภาพรถยืดอายุการใช้งานมากที่สุด แต่เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดเพราะต้องการรักษาคุณภาพรถและยืดอายุการใช้งานมากกว่าเหตุผลอื่น ดังตารางที่ 4.10

สรุปได้ว่าเหตุผลที่ผู้ใช้บริการร้าน ล้าง อัด ฉีด เพราะต้องการรักษาคุณภาพรถและยืดอายุการใช้งาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.10 เหตุผลในการเลือกใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

เหตุผล		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
ต้องการรักษาคุณภาพรถยืดอายุการใช้งาน	จำนวน	48	20	68
	ร้อยละ	70.59	29.41	100.00
ต้องการให้รถสะอาดใหม่อยู่เสมอ	จำนวน	43	18	61
	ร้อยละ	70.49	29.51	100.00
ไม่มีเวลาทำความสะอาดเอง	จำนวน	36	11	47
	ร้อยละ	76.59	23.41	100.00
ไม่มีสถานที่ทำความสะอาดเอง	จำนวน	15	3	18
	ร้อยละ	83.33	16.67	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

6) ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่าผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการล้าง อัด ฉีดส่วนมากผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้บริการเอง แต่เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มในการใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการตัดสินใจในการใช้บริการเอง และเมื่อพิจารณาตามสัดส่วนร้อยละ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อเดือนตัดสินใจมาใช้บริการเองและกลุ่มผู้ใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือนคำนึงถึงผู้ให้บริการมีสัดส่วนมากที่สุด ดังตารางที่ 4.11

สรุปได้ว่า ในการใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด ผู้ใช้บริการตัดสินใจในการใช้บริการเองคาดว่าเนื่องจาก ต้องการดูแลรักษาคุณภาพรถ ยืดอายุการใช้งาน และต้องการให้รถของตนใหม่อยู่เสมอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจการใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

ผู้ที่มีส่วนร่วมตัดในการสินใจ		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
ตัดสินใจเอง	จำนวน	67	24	91
	ร้อยละ	73.63	26.37	100.00
บุคคลในครอบครัว	จำนวน	18	8	26
	ร้อยละ	69.23	30.77	100.00
เพื่อน	จำนวน	6	5	11
	ร้อยละ	54.54	45.45	100.00
ผู้ให้บริการ	จำนวน	4	6	10
	ร้อยละ	40.00	60.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

4.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด

หัวข้อนี้ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด โดยจำแนกปัจจัยต่าง ๆ ออกเป็น 7 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด ราคา สถานที่ให้บริการ การส่งเสริมการขาย พนักงานผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของร้าน กระบวนการการให้บริการ โดยจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน ระดับการศึกษา เพศ อาชีพ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดจำนวน 100 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด 1 - 3 ครั้งต่อเดือน ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.12

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด ทั้ง 2 กลุ่ม จะพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจาก ผลกระทบจากราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่เพิ่มขึ้น และราคาน้ำมันแพงขึ้น

ตารางที่ 4.12 แสดงอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด ของ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งการใช้บริการต่อเดือน

จำนวนครั้งต่อเดือน		ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด						
		ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด	ราคา	สถานที่ให้บริการ	การส่งเสริมการขาย	พนักงานผู้ให้บริการ	ภาพลักษณ์ของร้าน	กระบวนการการให้บริการ
1-3 ครั้ง	คะแนน	91	212	156	56	73	62	59
	อันดับที่	3	1	2	7	4	5	6
มากกว่า 3 ครั้ง	คะแนน	57	72	41	15	15	33	59
	อันดับที่	3	1	4	6	6	5	2

ที่มา: จากการสำรวจ

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดจำนวน 100 ราย พบว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.13

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดทั้ง 2 กลุ่มพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากผลกระทบจากราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่เพิ่มขึ้น และราคาน้ำมันแพงขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.13 แสดงอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด						
		ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด	ราคา	สถานที่ให้บริการ	การส่งเสริมการขาย	พนักงานผู้ให้บริการ	ภาพลักษณ์ของร้าน	กระบวนการการให้บริการ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	คะแนน	48	119	73	26	34	18	54
	ลำดับที่	4	1	2	6	5	7	3
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	คะแนน	88	164	118	36	50	70	102
	ลำดับที่	4	1	2	7	6	5	3

ที่มา: จากการสำรวจ

3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำแนกตามเพศ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดจำนวน 100 ราย พบว่าเพศชายและเพศหญิง ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.14

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดทั้ง 2 กลุ่ม เลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากผลกระทบจากราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่เพิ่มขึ้น และราคาน้ำมันแพงขึ้น

ตารางที่ 4.14 แสดงอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ		ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด						
		ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด	ราคา	สถานที่ให้บริการ	การส่งเสริมการขาย	พนักงานผู้ให้บริการ	ภาพลักษณ์ของร้าน	กระบวนการการให้บริการ
ชาย	คะแนน	83	184	120	43	53	51	116
	ลำดับที่	4	1	2	7	5	6	3
หญิง	คะแนน	32	95	75	24	31	34	39
	ลำดับที่	4	1	2	7	6	5	3

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำแนกตามอาชีพ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดจำนวน 100 ราย พบว่าอาชีพรับราชการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดอาชีพพนักงานเอกชน นักเรียนนักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้าง ค้าขาย พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก และขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดอาชีพเจ้าของกิจการ และนักเรียนนักศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก ดังตารางที่ 4.15

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดอาชีพพนักงานเอกชน นักเรียนนักศึกษา ค้าขาย รับจ้าง และพนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากต้องการใช้บริการในราคาที่เหมาะสมและราคาใกล้เคียงกับร้านอื่นในการให้บริการ ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดอาชีพเจ้าของกิจการเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจาก ต้องการความสะดวกและความรวดเร็วในการใช้บริการ ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดอาชีพรับราชการเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจาก ต้องการใช้บริการร้านที่มีระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 แสดงอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด						
		ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด	ราคา	สถานที่ให้บริการ	การส่งเสริมการขาย	พนักงานผู้ให้บริการ	ภาพลักษณ์ของร้าน	กระบวนการการให้บริการ
รับราชการ	คะแนน	45	50	26	16	12	47	58
	ลำดับที่	4	2	5	6	7	3	1
พนักงานเอกชน	คะแนน	71	129	70	14	43	24	41
	ลำดับที่	2	1	3	7	4	6	5
เจ้าของกิจการ	คะแนน	8	34	36	17	12	9	24
	ลำดับที่	7	2	1	5	4	6	3
นักเรียนนักศึกษา	คะแนน	6	24	24	5	7	1	13
	ลำดับที่	4	1	1	5	3	6	2
อื่นๆ(ค้าขายรับจ้างรัฐวิสาหกิจ)	คะแนน	6	42	35	13	10	5	17
	ลำดับที่	6	1	2	4	5	7	3

ที่มา: จากการสำรวจ

5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อเดือน

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดจำนวน 100 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการทีมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการน้อยกว่า 100 บาทต่อเดือน และ 100 – 300 บาทต่อเดือน ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอยู่ระหว่าง 301 ถึง 500 บาทต่อเดือน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก และกลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดทีมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมากกว่า 500 บาทต่อเดือน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก ดังตารางที่ 4.16

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการน้อยกว่า 100 บาทต่อเดือน และ100 – 300 บาทต่อเดือน เลือกใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อันดับแรก คาดว่าเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางต้องคำนึงเรื่องค่าใช้จ่าย ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการระหว่าง 301 – 500 บาทต่อเดือน เลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลอาชีพรับราชการ ต้องการใช้บริการร้านที่มีมาตรฐาน ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมากกว่า 500 บาทต่อเดือนเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่มีรายได้สูงและใช้รถราคาแพง

ตารางที่ 4.16 แสดงอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน		ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด						
		ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด	ราคา	สถานที่ให้บริการ	การส่งเสริมการขาย	พนักงานผู้ให้บริการ	ภาพลักษณ์ของร้าน	กระบวนการการให้บริการ
น้อยกว่า 100 บาท	คะแนน	29	61	26	5	19	4	16
	ลำดับที่	2	1	3	6	4	7	5
100-300 บาท	คะแนน	64	174	134	55	32	44	96
	ลำดับที่	4	1	2	5	6	7	3
301-500 บาท	คะแนน	20	25	17	3	12	31	32
	ลำดับที่	4	2	5	7	6	3	1
มากกว่า 500 บาท	คะแนน	21	20	10	5	1	17	17
	ลำดับที่	1	2	4	5	6	3	3

ที่มา: จากการสำรวจ

4.2.4 การวิเคราะห์ตัวแปรในปัจจัยแต่ละด้านว่ามีตัวแปรใดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด มากที่สุด

หัวข้อนี้เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรในปัจจัยแต่ละด้านว่ามีตัวแปรใดมีอิทธิพลมากที่สุดโดยแยกปัจจัยต่าง ๆ ออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ของร้าน และด้านกระบวนการการให้บริการ ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

1) ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด คือ การใช้วัสดุอุปกรณ์คุณภาพดี มียี่ห้อดี เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีการพัฒนา และปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.17

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด โดยพิจารณาจากการใช้วัสดุ อุปกรณ์คุณภาพดี มียี่ห้อเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจาก ต้องการรักษาคุณภาพรถและยืดอายุการใช้งาน

ตารางที่ 4.17 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด	จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน				รวม	
	1 – 3 ครั้ง		มากกว่า 3 ครั้ง			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
มีความหลากหลายของการบริการ	51	4	19	4	70	4
มีการพัฒนา และปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง	113	2	45	2	158	2
การนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ	110	3	37	3	147	3
การใช้วัสดุ อุปกรณ์คุณภาพดี มียี่ห้อดี	161	1	51	1	212	1
มีบริการที่แตกต่างจากร้านอื่น	7	5	6	5	13	5

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2) ด้านราคา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา คือ การตั้งราคาที่เหมาะสม เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ แจ้งให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลงราคา และการตั้งราคาเสริมที่เหมาะสม ตามลำดับ เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา โดยพิจารณาจากการตั้งราคาในการบริการที่เหมาะสม ดังตารางที่ 4.18

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด โดยพิจารณาจากการตั้งราคาในการบริการที่เหมาะสมเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากต้องการได้รับบริการในราคาที่ยุติธรรมและเหมาะสมกับการให้บริการ

ตารางที่ 4.18 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา	จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน				รวม	
	1 – 3 ครั้ง		มากกว่า 3 ครั้ง			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลงราคา	81	4	36	2	117	2
การตั้งราคาในการบริการที่เหมาะสม	158	1	35	1	213	1
การตั้งราคาบริการเสริมที่เหมาะสม	86	2	28	4	114	3
การมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	32	5	10	5	42	4
ตั้งราคาบริการใกล้เคียงกับร้านอื่น	85	3	29	3	114	3

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

3) ด้านสถานที่ให้บริการ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการใกล้เขตชุมชนและสะดวกต่อการเดินทาง เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ สถานที่กว้างขว้างสะอาด และที่จอดรถเพียงพอ ตามลำดับ แต่เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ดังตาราที่ 4.19

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการใกล้เขตชุมชนและสะดวกต่อการเดินทางเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากต้องการความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางมาใช้บริการ และใกล้สถานที่ทำงานหรือที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 4.19 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน				รวม	
	1 – 3 ครั้ง		มากกว่า 3 ครั้ง			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการใกล้เขตชุมชนและสะดวกต่อการเดินทาง	154	1	63	1	217	1
สถานที่กว้างขว้างสะอาด	100	2	35	2	135	2
ที่จอดรถเพียงพอ	70	3	22	3	92	3
มีสถานที่รับรองลูกค้าเพียงพอ	61	4	20	4	81	4
มีการกำหนดเวลาในการบริการที่เหมาะสม	59	5	16	5	75	5

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4) ด้านการส่งเสริมการขาย

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย และมีแต้มคะแนนการมีคูปองส่วนลดหรือสะสม ตามลำดับ แต่เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.20

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากการให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสดเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากต้องการได้ส่วนลดที่แน่นอนเมื่อมาใช้บริการทุกครั้ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.20 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน				รวม	
	1 – 3 ครั้ง		มากกว่า 3 ครั้ง			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย	92	2	39	2	131	2
คำแนะนำของผู้ให้บริการ	86	4	26	4	112	4
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่นป้าย ประกาศ วิทยุ หนังสือพิมพ์	51	5	21	5	72	5
การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด	125	1	45	1	170	1
แต้มคะแนนการมีคูปองส่วนลด หรือสะสม	88	3	27	3	115	3

ที่มา: จากการสำรวจ

5) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ ความมีน้ำใจ มีมนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพของพนักงาน เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วที่ถูกต้อง และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ แต่เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.21

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด โดยพิจารณาจากการความมีน้ำใจ มีมนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพของพนักงานเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากผู้มาใช้บริการต้องการความเป็นกันเองกับพนักงานผู้ให้บริการ รับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ ติดต่อกับพนักงานได้สะดวก

ตารางที่ 4.21 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน				รวม	
	1 – 3 ครั้ง		มากกว่า 3 ครั้ง			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
พนักงานมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง	116	2	47	2	163	2
ความมีน้ำใจ มีมนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพของพนักงาน	146	1	49	1	159	1
พนักงานมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำเกี่ยวกับบริการ	66	4	18	5	84	4
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	84	3	31	3	115	3
ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน	22	5	21	4	43	5

ที่มา: จากการสำรวจ

6) ด้านภาพลักษณ์ของร้าน

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของร้าน คือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในรถ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ บริการวดเร็วทันความต้องการ และเป็นสถานบริการที่น่าเชื่อถือ ตามลำดับ เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.22

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของร้าน ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด โดยพิจารณาจากมีความปลอดภัยในทรัพย์สินในรถเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากต้องการความสบายใจในการใช้บริการและให้ทางร้านดูแลรับผิดชอบต่อทรัพย์สิน

ตารางที่ 4.22 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของร้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของร้าน	จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน				รวม	
	1 – 3 ครั้ง		มากกว่า 3 ครั้ง			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
เป็นสถานบริการที่น่าเชื่อถือ	98	3	29	3	127	3
บริการรวดเร็วทันความต้องการ	103	2	37	2	140	2
เป็นสถานบริการที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ	66	4	38	1	104	4
สถานบริการสะอาดสวยงาม	48	5	13	4	61	5
มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในรถ	130	1	38	1	168	1

ที่มา: จากการสำรวจ

7) ด้านกระบวนการให้บริการ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐาน เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีการให้บริการตามคิว ก่อน – หลัง และการให้บริการที่รวดเร็ว ตามลำดับ เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มเลือกใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด โดยพิจารณาจากมีระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐานเป็นอันดับแรก คาดว่าเนื่องจากต้องการได้รับบริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่เป็นระบบตามขั้นตอน

ตารางที่ 4.23 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน				รวม	
	1 – 3 ครั้ง		มากกว่า 3 ครั้ง			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
การให้บริการที่รวดเร็ว	19	2	33	3	128	3
มีการให้บริการตามคิวก่อน – หลัง	94	3	37	2	131	2
มีความสะดวกของขั้นตอนในการรับบริการ	86	4	28	4	114	4
มีระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐาน	113	1	41	1	154	1
มีระบบการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้า	56	5	17	5	73	5

ที่มา: จากการสำรวจ

4.2.5 ความพอใจและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในการปรับปรุงร้านล้าง อัด ฉีด

หัวข้อนี้ เป็นการวิเคราะห์ความพอใจและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในการปรับปรุงร้านล้าง อัด ฉีด ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1) ความพอใจของผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพอใจหลังการใช้บริการ เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.24

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มมีความพอใจหลังการใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด คาดว่าเนื่องจากการให้บริการมาตรฐาน พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สถานที่ให้บริการเป็นที่น่าเชื่อถือ กว้างขวาง สะอาด ใกล้เขตชุมชนสะดวกต่อการเดินทาง

ตารางที่ 4.24 ความพอใจหลังการใช้บริการล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

ความพึงพอใจ		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
พอใจมาก	จำนวน	2	3	5
	ร้อยละ	2.74	11.54	5.00
พอใจ	จำนวน	62	19	81
	ร้อยละ	84.93	73.08	81.00
ยังตัดสินใจไม่ได้	จำนวน	9	4	13
	ร้อยละ	12.33	15.38	13.00
ไม่พอใจ	จำนวน	1	0	1
	ร้อยละ	1.37	0.00	1.00
ไม่พอใจมาก	จำนวน	0	0	0
	ร้อยละ	0.00	0.00	0.00
รวม	จำนวน	73	26	100
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านล้าง อัด ฉีด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 100 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการร้านล้าง อัด ฉีด เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นเหมือนกัน ดังตารางที่ 4.25

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มต้องการให้ปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการของร้านล้าง อัด ฉีด คาดได้ว่าควรมีการปรับปรุงการให้บริการบางอย่าง เช่น เวลาในการทำความสะอาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การทำความสะอาดตามซอกมุมต่าง ๆ ที่ทำความสะอาดได้ยาก พนักงานควรมีมนุษย์สัมพันธ์ มีน้ำใจ พูดจาสุภาพ กับลูกค้า

ตารางที่ 4.25 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพการบริการของร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน

การปรับปรุง		จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน		รวม
		1 – 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
ควรปรับปรุง	จำนวน	47	13	60
	ร้อยละ	63.51	50.00	60.00
คุณภาพดีอยู่แล้ว	จำนวน	27	13	40
	ร้อยละ	36.00	50.00	40.00
รวม	จำนวน	74	26	100
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

3) การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของร้านล้าง อัด ฉีด

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีด จำนวน 60 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของร้านล้าง อัด ฉีด เกี่ยวกับความปลอดภัยทรัพย์สินในรถ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือราคาให้บริการ และสถานที่ให้บริการตามลำดับ เมื่อแยกพิจารณาตามจำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความปลอดภัยทรัพย์สินในรถมากที่สุด ดังตารางที่ 4.26

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มต้องการให้ปรับปรุงด้านความปลอดภัยทรัพย์สินในรถเป็นเรื่องแรก คาดว่าเนื่องจากผู้ใช้บริการต้องการให้ทางร้านมีมาตรการรับผิดชอบต่อกรณีทรัพย์สินภายในรถสูญหายหรือเกิดการเสียหาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.26 แสดงอันดับความสำคัญของข้อเสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของร้านล้าง อัด ฉีดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ

การปรับปรุง	จำนวนครั้งในการใช้บริการต่อเดือน				รวม	
	1 – 3 ครั้ง		มากกว่า 3 ครั้ง			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
สถานที่ให้บริการ	112	4	24	4	136	3
ราคาให้บริการ	163	2	34	2	197	2
การทำความสะอาด	160	3	52	1	112	5
เวลาที่ให้บริการ	101	5	33	3	134	4
ความปลอดภัยทรัพย์สินในรถ	169	1	52	1	221	1

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved