

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามของการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยอาศัยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับกลุ่มผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีดรวมทั้งสิ้น 200 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปผลการศึกษาเป็น 8 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการล้าง-อัดฉีดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนที่ 6 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนที่ 7 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนที่ 8 ปัญหาที่พบในการบริการล้าง-อัดฉีดของผู้ตอบแบบสอบถาม

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษารูปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.5 มีอายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 32.5 และอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 31.0 มีสถานสมรส ร้อยละ 59.5 อาชีพข้าราชการ ร้อยละ 25.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001– 15,000บาท ร้อยละ 33.0 มีการ ศึกษาอยู่ระดับ อนุปริญญา หรือ ปวส. ร้อยละ 45.0 ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง) ร้อยละ 55.0

### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการล้าง-อัดฉีด

จากผลการศึกษารูปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจล้าง-อัดฉีดอย่างเดียว ร้อยละ 33.5 ใช้บริการล้าง-อัดฉีดที่ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า ร้อยละ 35.0 ใช้บริการล้าง-อัดฉีดวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 64.5 ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ช่วงเวลา 12.01 – 16.00น. ร้อยละ 52.0 ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง ใช้บริการล้าง-อัดฉีด 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 63.0 และจ่ายค่าบริการล้าง-อัดฉีดครั้งละ 101-150 บาท ร้อยละ 51.5

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

จากการศึกษาผลการศึกษารูปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อย 3 ลำดับแรก คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ และ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ เวลาที่ผู้ให้บริการมีปัญหากับรถยนต์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อย 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าล้างอัดฉีดต่อครั้ง รองลงมา ได้แก่ ราคาค่าสมาชิก และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น รองลงมา ได้แก่ การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต และการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ รองลงมา ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ทันสมัย และสถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน รองลงมา ได้แก่ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า และมีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) รองลงมา ได้แก่ ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน รองลงมา ได้แก่ การคมนาคมสะดวก และที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้า ของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าล้างอัดฉีดต่อครั้ง ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่าง

ระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาต่ำกว่าอดีตอีกครั้ง ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน

**ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด**

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด สรุปได้ว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาให้ความสำคัญ อันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานแต่งกายเหมาะสมสุภาพ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาต่ำกว่าอดีตอีกครั้ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มารับบริการ ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน และปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการทักทายต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้าน



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาต่ำลง-อัดฉีดต่อครั้ง ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือ และพักผ่อนช่วงรอรับรถปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความ ต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือปวส. ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือปวส. ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาต่ำลง-อัดฉีดต่อครั้ง ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานิติปริญาตรี ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.59) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาต่ำลง-อัดฉีดต่อครั้ง และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการบริการรับส่งรถที่มาใช้บริการ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาต่ำลง-อัดฉีดต่อครั้ง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน

ส่วนที่ 6 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี

ผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด สรุปได้ว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล คือ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านป้ายและใบปลิว ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วง

รอรับรถ ปังจ้ยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน ปังจ้ยด้านราคา คือ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง ปังจ้ยด้านกระบวนการ คือ มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว และ ปังจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปังจ้ยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปังจ้ยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปังจ้ยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา ได้แก่ ปังจ้ยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปังจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปังจ้ยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.58) และปังจ้ยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ในส่วนของปังจ้ยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปังจ้ยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น ปังจ้ยด้านบุคคล คือ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหาเกี่ยวกับรถยนต์ ปังจ้ยด้านกระบวนการ คือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน ปังจ้ยด้านราคา คือ ราคา ค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง ปังจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน ปังจ้ยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่จอดรถสะดวกสบาย และพอเพียง และปังจ้ยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปังจ้ยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา ได้แก่ ปังจ้ยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปังจ้ยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปังจ้ยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปังจ้ยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปังจ้ยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.58) และปังจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ในส่วนของปังจ้ยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปังจ้ยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้เครดิต สามารถชำระโดยใช้บัตรเครดิต ปังจ้ยด้านบุคคล คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปังจ้ยด้านกระบวนการ คือ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า ปังจ้ยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ปังจ้ยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน ปังจ้ยด้านราคา คือ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง และปังจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปังจ้ยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมา ได้แก่ ปังจ้ยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปังจ้ยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปังจ้ยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปังจ้ยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปังจ้ยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.61) และปังจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าจ้าง-อัตราคิดต่อครั้ง ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ให้บริการมีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องยนต์ ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่จอดรถสะดวก สะบาย และพอเพียง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าจ้าง-อัตราคิดต่อครั้ง ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน ปัจจัยด้านกายภาพ คือ การตกแต่งสถานที่ทันสมัย และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่จอดรถสะดวก สะบาย และพอเพียง

**ส่วนที่ 7 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด**

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด สรุปได้ว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าจ้าง-อัตราคิดต่อครั้ง ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ให้บริการได้เวลาที่ผู้ให้บริการมีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องยนต์



ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ดำรงตัวอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน และปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.56) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญอันดับแรกสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าจ้าง-อัตราค่าตอบแทน ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานแต่งกายเหมาะสมสุภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ดำรงตัวอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าจ้าง-อัตราค่าตอบแทน ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานแต่งกายเหมาะสมสุภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ดำรงตัวอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก และปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.39) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ให้ความสำคัญ อันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าจ้าง-อัตราค่าตอบแทน ปัจจัยด้านกระบวนการ

การ คือ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน และปัจจัยด้านกายภาพ คือ มีมุมอ่านหนังสือ และพักผ่อนช่วงรอรับรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญอันดับแรกกับ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญอันดับแรก สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล คือ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยใช้บัตรเครดิต ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาต่ำล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการบริการรับส่งรถที่มาใช้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน ปัจจัยด้านกายภาพ คือ การตกแต่งสถานที่ทันสมัย และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก

#### ส่วนที่ 8 ปัญหาในการใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการล้าง-อัดฉีด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการล้าง-อัดฉีดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพในการล้าง-อัดฉีดต่ำ(ไม่สะอาด) (ค่าเฉลี่ย 4.53) มีการนัดหมายไม่ตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.40) ตามลำดับ

#### อภิปรายผล

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดของผู้ใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านบุคคล รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีความสอดคล้องของ พรพิมล แก้วจันทร์หล้า (2537) ที่ได้ศึกษาเรื่องความต้องการของลูกค้าที่มีต่อบริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปางโดยผลการศึกษาดังกล่าวพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างในธุรกิจคาร์แคร์ มีระดับความต้องการในด้านบริการ

ต่างๆ ในระดับมากที่สุดได้แก่ การให้บริการของพนักงาน และความปลอดภัยของรถที่นำไปให้บริการ

สำหรับรายละเอียดส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 องค์ประกอบ สำหรับผลการศึกษามื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษานักคนอื่นที่ศึกษาในเรื่องที่คล้ายคลึงกันสรุปได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ และ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ให้บริการได้ เวลาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหาเกี่ยวกับรถยนต์ ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พรวิมล แก้วจันทร์ห่อ (2537) ที่พบว่า ความต้องการมากที่สุด ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ คือ ความกระตือรือร้นของพนักงานให้บริการ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าล้างอัดฉีดต่อครั้ง รองลงมา ได้แก่ ราคาค่าสมาชิก และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง คือ 101-150 บาท ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด (2539) ที่พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ราคาถูก แต่ไม่สอดคล้องกับ นุชจรี กรวยกิตานนท์ (2541) ที่พบว่าลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเงินค่าบริการล้างอัดฉีดครั้งละ 80-100 บาท ซึ่งคิดว่าเป็นราคาที่เหมาะสม

**ปัจจัยด้านกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ รองลงมา ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ทันสมัย และสถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับการศึกษาของ บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด (2539) ที่พบว่าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ควรมีที่นั่งรอรับรถ และสอดคล้องกับการศึกษาของ นุชจรี กรวยกิตานนท์ (2541) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการ มีที่นั่งรอขณะรับรถมากที่สุด

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน รองลงมา ได้แก่ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า และมีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นุชจรี กรวยกิตานนท์ (2541) และบริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด (2539) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับ ความรวดเร็วในการให้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) รองลงมา ได้แก่ ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด (2539) พรวิมล แก้วจันทร์หล้า (2537) และนุชจรี กรวยกิตานนท์ (2541) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง การไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อรถยนต์ และความปลอดภัยของรถที่นำมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน รองลงมา ได้แก่ การคมนาคมสะดวก และที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พรวิมล แก้วจันทร์หล้า (2537) ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากกับ ความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ

ปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการล้าง-อัดฉีด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการล้าง-อัดฉีด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพในการล้าง-อัดฉีดดำ(ไม่สะอาด) มีการนัดหมายไม่ตรงเวลา และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ไม่ทันสมัยตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พรวิมล แก้วจันทร์หล้า (2537) ที่พบว่า ปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดในการใช้บริการล้างอัดฉีด คือ คุณภาพในการล้างอัดฉีดดำ และมีเครื่องมือที่ใช้ในการบริการล้างอัดฉีดไม่ทันสมัย

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

##### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกระดับการศึกษา รายได้ และทุกอาชีพ ให้ความสำคัญในการล้างรถอย่างระมัดระวัง ไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจะให้ความสำคัญในด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการล้างอัดฉีดมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจะให้ความสำคัญในการที่สามารถล้างอัดฉีดครั้งละหลายๆ คันมากกว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จะให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางส่วนผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,000 บาท ขึ้นไป จะให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก



### ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกระดับการศึกษา รายได้ และทุกอาชีพ ให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาค่าล้างอัดฉีดต่อครั้ง มากที่สุด

ถึงแม้จากการตอบแบบสอบถามด้านการส่งเสริมการตลาดจะให้ความสำคัญในการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ เป็นลำดับท้ายๆ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญมากต่อราคาสมาชิกในการรับบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปจะให้ความสำคัญในการให้ราคาสมาชิกต่ำกว่าผู้ที่มีรายได้ ตั้งแต่ 20,000 บาทลงมา แต่จะให้ความสำคัญในด้านราคาของบริการเสริมต่างๆ เช่นการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง

### ปัจจัยด้านช่องทางด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการจากห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า ถึงแม้จะให้ความสำคัญในช่องทางการจัดจำหน่ายด้านที่ตั้งภายในห้างสรรพสินค้าอยู่ในระดับปานกลางก็ตาม ช่วงเวลาในช่วง 8.00-12.00น. และ หลัง 20.01 น. นั้นไม่มีผู้บริการล้างอัดฉีด อีกทั้งยังมีการให้ความสำคัญในเรื่องระยะเวลาเปิดปิดของร้านในระดับปานกลาง

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จะให้ลำดับความสำคัญมากที่สุด ในการโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น แต่นักเรียน/นักศึกษา จะให้ความสำคัญในด้านการมีบริการ รับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ และเจ้าของกิจการจะให้ความสำคัญในด้านการให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง จะให้ลำดับความสำคัญในการให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต มากกว่าเพศชาย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จะให้ลำดับความสำคัญในโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่นมากกว่า

### ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จะให้ความสำคัญมากในการที่พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ เวลามีปัญหาเกี่ยวกับรถยนต์ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะให้ความสำคัญมากในการแต่งกายที่เหมาะสม ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพลูกจ้าง จะให้ความสำคัญมากในการกระตือรือร้นของพนักงาน และเจ้าของกิจการ จะให้ความสำคัญมากในด้านความซื่อสัตย์ ของพนักงาน

### ปัจจัยด้านกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ จะให้ลำดับความสำคัญมากที่สุดในการที่มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จะให้ลำดับความสำคัญมากที่สุดในด้านการตกแต่งที่ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง จะให้ลำดับความสำคัญในเรื่องสถานที่ และห้องน้ำสะอาดมากกว่าเพศชาย

### ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากกับการให้บริการให้บริการล้างอัดฉีดที่รวดเร็วและปัญหาที่ให้ความสำคัญมาก คือการนัดหมายที่ไม่ตรงเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนมากให้ความสำคัญกับการสอบถามความพึงพอใจ และลำดับต่อมาคือการต้อนรับทักทายเมื่อเข้าร้าน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจะให้ความสำคัญในการที่มีป้ายราคา ค่าบริการที่ชัดเจนมากกว่า

### ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจล้าง-อัดฉีด ในการวางแผนดำเนินงานและผู้ที่สนใจทั่วไป ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดในด้านผลิตภัณฑ์ผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีดให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัย การล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) ดังนั้นผู้ให้บริการต้องมีความรอบคอบในการทำ ความสะอาดรถรวมทั้งควรมีการอบรมพนักงานอยู่เสมอให้มีความระมัดระวังขณะปฏิบัติหน้าที่ ดังนี้

1. เจ้าของกิจการควรจะมีการพัฒนาฝึกอบรมพนักงาน ในเรื่องการให้บริการตลอดจนให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการบำรุงรักษารถ เพื่อที่พนักงานจะได้ให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีความกระตือรือร้นในการทำงาน และให้การบริการอย่างสุภาพด้วยความเต็มใจ

2. เจ้าของกิจการควรจะเน้นในเรื่องความปลอดภัยของรถที่นำมาใช้บริการ โดยเฉพาะการหาวิธีป้องกันสิ่งของในรถสูญหาย และควรจะทำซ้ำให้พนักงานทำงานด้วยความระมัดระวัง

3. พนักงานทำความสะอาด ควรทำงานด้วยความละเอียด รอบคอบ และเรียบร้อย โดยเฉพาะส่วนต่าง ๆ ของรถ ที่เห็นเด่นชัด เช่น กระจก เครื่องยนต์ ตัวถังรถ ล้อ และยางรถ เป็นต้น
4. วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ควรรู้ใช้ของที่มีคุณภาพดี และหมั่นมีการตรวจเช็คอุปกรณ์การให้บริการเป็นระยะ
5. ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ห้องน้ำที่สะอาด มีน้ำดื่มให้บริการ บริการอาหารและเครื่องดื่มจำหน่าย มีบริการรับ - ส่ง รถมาล้าง
6. มีการให้บริการอื่นที่นอกเหนือจากล้าง - อัดฉีดรถยนต์ ได้แก่ บริการเปลี่ยนถ่าย - เติมน้ำมันเครื่อง น้ำมันเฟืองท้าย น้ำมันเบรค อัดจารบี เติมนม จำหน่ายอุปกรณ์ในการตกแต่งประดับยนต์ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในการบำรุงรักษารถยนต์ ติดตั้งเครื่องเสียง แอร์ จำหน่ายล้อยาง ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ เช็คช่วงล่าง พยายามให้บริการที่ครบวงจร เพื่อให้ลูกค้าเข้ารับบริการทีเดียว แต่ได้รับบริการที่ครบทุกอย่าง ทำให้ประหยัดเวลา

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในด้านราคาผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีดให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัย ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้งดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรตั้งราคาให้สมเหตุสมผล และไม่แตกต่างจากคู่แข่งมากนัก อีกทั้งควรมีการตั้งราคาพิเศษสำหรับสมาชิกเพื่อเป็นการสร้างความภักดีต่อร้านค้า และทำให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ร้านเป็นประจำ การตั้งราคาของบริการเสริมเช่นการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง การขับเคลือบสี ก็เป็นส่วนสำคัญอาจมีการตั้งราคาบริการเสริมบางอย่างให้ต่ำกว่าราคาตามร้านทั่วไปเล็กน้อยเพื่อเป็นการล่อใจลูกค้าให้มาใช้บริการกับทางร้าน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีดให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัย ช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคมสะดวก สถานที่ตั้งของธุรกิจ ควรอยู่ติดถนน ไม่ห่างไกลจากแหล่งชุมชนมากนัก สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ดังนั้นผู้ที่จะประกอบธุรกิจล้าง-อัดฉีด ควรให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งควรอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่มีชุมชนตั้งอยู่รวมทั้งสามารถเดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย ที่ตั้งที่เหมาะสมน่าจะเป็นบริเวณศูนย์การค้า เนื่องจากมีการใช้บริการเป็นประจำ ช่วงเวลาให้บริการอาจเป็นช่วง 12.00 – 20.00 น เนื่องจากมีการใช้บริการมากในช่วงเวลาดังกล่าว

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในด้านกายภาพที่ ผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีดให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัย มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะจัดมุมหรือห้องสำหรับให้ผู้ที่มาใช้บริการสามารถ

นั่งพักเพื่อรอรับรถที่มารับบริการรวมทั้งภายในห้องนั่งรอควรมีหนังสือสำหรับให้ผู้ที่มาใช้บริการได้อ่านในขณะรอรับรถ และสถานที่ประกอบการควรมีการจัดให้เป็นระเบียบ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้าน มีห้องน้ำที่สะอาด มีน้ำดื่มให้บริการ การตกแต่งร้านดูทันสมัย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีดให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัย การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีการทำการประชาสัมพันธ์โดยใช้คลื่นวิทยุหรือแผ่นพับใบปลิวเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงสถานที่ที่ตั้งรวมทั้งทราบถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องการให้บริการล้าง-อัดฉีด รวมทั้ง

1. เจ้าของกิจการควรจัดรายการ ลด แลก แจก แถม สำหรับผู้ใช้บริการ อาจจะมีการแจกเสื้อ แจกแชมพูล้างรถขนาดเล็ก ลดราคาให้สำหรับลูกค้าประจำ หรือใช้กลยุทธ์ล้าง 10 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง สำหรับรถทุกประเภท เพื่อดึงดูดความสนใจให้แก่ลูกค้า หรืออาจมีการลดราคาในช่วงที่มีการใช้บริการน้อยเช่นช่วงก่อน 12.00น อาจมีการลดราคาพิเศษในช่วงนั้น

2. เจ้าของกิจการควรมีการจัดรายการพิเศษ ได้แก่ การสะสมแต้มปี/คูโปง เพื่อล้างฟรีหรือแลกของสมนาคุณหรือแจกนามบัตรเพื่อลดเปอร์เซ็นต์ค่าบริการ หรือล้างรถแล้วจะได้คูโปงส่วนลดในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง

3. เจ้าของกิจการควรจะทำให้บริการลูกค้าตลอดเวลา และมีการควบคุมการทำงานของพนักงานอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า

4. เจ้าของกิจการและพนักงานควรมีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถ แก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการและมีการตรวจเช็คความเรียบร้อยก่อนที่รถจะออกจากสถานที่ให้บริการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในด้านบุคคลที่ผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีดให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัย พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้พนักงานทำงานด้วยความรวดเร็ว ละเอียด รอบคอบ รวมทั้งมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยเพราะบางทีลูกค้าอาจเป็นผู้หญิงทำให้เกิดความไม่เหมาะสมได้ ควรมีการจัดทำชุดเครื่องแบบของพนักงานเพื่อเป็นการยกระดับของร้านและแลดูเป็นมืออาชีพ ดูสุภาพเรียบร้อย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในด้านกระบวนการบริการ ที่ผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีดให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัยมีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการจัดทำป้ายบอกราคาที่ชัดเจนเพื่อประกอบการตัดสินใจของลูกค้ารวมทั้งควรมีการสอบถามถึงความต้องการของลูกค้าว่ามีข้อบกพร่องใดที่ควรทำการแก้ไขปรับปรุงเพื่อ



ให้เกิดการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งควรมีการคำนวณเวลาในการให้บริการในแต่ละครั้ง จัดรูปแบบการทำงานให้เป็นมาตรฐานเพื่อที่จะทำให้สามารถคำนวณเวลาการให้บริการและนัดหมายลูกค้าให้มารับรถได้ตรงตามกำหนดเวลา เมื่อรถเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมายในทุกๆครั้ง ก็จะเป็นการสร้างความพึงพอใจ และสร้างความเชื่อมั่นในการมารับบริการในครั้งต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved