

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารยนต์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	192	64.0
หญิง	108	36.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารยนต์ส่วนใหญ่ เป็นชาย ร้อยละ 64.0 และเป็นหญิง ร้อยละ 36.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารยนต์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	2	0.7
21 – 30 ปี	218	72.7
31 – 40 ปี	77	25.7
มากกว่า 40 ปี	3	1.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารยนต์ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 72.7 รองลงมา มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 25.7

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	145	48.3
สมรส	152	50.7
หย่าร้าง	3	1.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 50.7 รองลงมา มีสถานภาพโสด ร้อยละ 48.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	3.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	50	16.7
อนุปริญญา หรือ ปวส.	110	36.7
ปริญญาตรี	125	41.7
สูงกว่าปริญญาตรี	6	2.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 41.7 รองลงมาได้แก่ ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ร้อยละ 36.7 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตาม
ประสบการณ์ในการทำงาน

ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปี	34	11.3
2 – 5 ปี	128	42.7
6 – 10 ปี	104	34.7
11 - 15 ปี	29	9.7
มากกว่า 15 ปี	5	1.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์มีประสบการณ์ในการทำงาน 2 – 5 ปี มากที่สุด ร้อยละ 42.7 รองลงมาได้แก่ 6 – 10 ปี ร้อยละ 34.7 และน้อยกว่า 2 ปี ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตาม
ตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการหรือสูงกว่า	1	0.3
ผู้ช่วยผู้จัดการ	6	2.0
หัวหน้างาน	81	27.0
ผู้ช่วยหัวหน้างาน	21	7.0
พนักงานหรือต่ำกว่า	191	63.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์มีตำแหน่งเป็นพนักงานหรือต่ำกว่า มากที่สุด ร้อยละ 63.7 รองลงมาได้แก่ หัวหน้างาน ร้อยละ 27.0 และผู้ช่วยหัวหน้างาน ร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4	1.3
5,000 – 10,000 บาท	105	35.0
10,001 – 15,000 บาท	86	28.7
15,001 – 20,000 บาท	57	19.0
20,001 – 25,000 บาท	25	8.3
มากกว่า 25,000 บาท	23	7.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 35.0 รองลงมา ได้แก่ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 28.7 และ 15,001 – 20,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ประเภทรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
รถเก๋ง (รถนั่งส่วนบุคคล)	115	38.3
รถกระบะ (รถบรรทุกส่วนบุคคล)	163	54.3
รถตู้	1	0.3
มีรถยนต์ 2 ประเภท	21	7.0
มีรถยนต์ 3 ประเภท	0	0.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ส่วนใหญ่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล ร้อยละ 54.3 รองลงมา ได้แก่รถนั่งส่วนบุคคล ร้อยละ 38.3

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตามประเภทของบริการดูแลรักษารถยนต์

ประเภทของบริการดูแลรักษารถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์	255	85.0
ขัดและเคลือบสีรถยนต์	53	17.7
เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/ ใส้กรอง	205	68.3
อัตราระเบี	55	18.3

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ส่วนใหญ่จะใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ ร้อยละ 85.0 รองลงมา ได้แก่ เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/ใส้กรอง ร้อยละ 68.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตามประเภทของธุรกิจดูแลรักษารถยนต์

ประเภทของธุรกิจดูแลรักษารถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียว	141	47.0
ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	44	14.7
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่น ๆ	115	38.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียว ร้อยละ 47.0 รองลงมา ได้แก่ ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่น ๆ ร้อยละ 38.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตาม
จำนวนครั้งในการใช้บริการเฉลี่ย ใน 1 เดือน

จำนวนครั้งเฉลี่ยใน 1 เดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	60	20.0
1 ครั้ง/เดือน	126	42.0
2 ครั้ง/เดือน	73	24.3
3 ครั้ง/เดือน	30	10.0
มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน	11	3.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 ครั้ง/
เดือน ร้อยละ 42.0 รองลงมาได้แก่ 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 24.3 และน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตามวัน
ที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์

วันที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – วันศุกร์	34	11.3
วันเสาร์	60	20.0
วันอาทิตย์	143	47.7
วันหยุดนักขัตฤกษ์	25	8.3
วันหยุดงาน	38	12.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการวัน
อาทิตย์ ร้อยละ 47.4 รองลงมาได้แก่ วันเสาร์ ร้อยละ 20.0 และวันหยุดงาน ร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
8.00 – 12.00 น.	150	50.0
12.01 – 16.00 น.	87	29.0
16.01 – 20.00 น.	59	19.7
20.01 – 24.00 น.	4	1.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 8.00 – 12.00 น. ร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ 12.01 – 16.00 น. ร้อยละ 29.0 และ 16.01 – 20.00 น. ร้อยละ 19.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200 บาท	66	22.0
200 - 400 บาท	86	28.7
401 - 600 บาท	37	12.3
601 - 800 บาท	25	8.3
801 – 1,000 บาท	62	20.7
มากกว่า 1,000 บาท	24	8.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ส่วนใหญ่จ่ายค่าบริการครั้งละ 200 – 400 บาท ร้อยละ 28.7 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 22.0 และ 801 – 1,000 บาท ร้อยละ 20.7 ตามลำดับ

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำความสะอาดได้ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความระมัดระวังในการล้างรถ (ค่าเฉลี่ย 4.28) การรับประกันคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าบริการต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.85) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.38) ราคาของบริการเสริมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย
3.92) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่
ความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.30) ช่วงเวลาในการเปิด
ปิดร้าน(ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการดูแลรักษารยนต์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การลดราคาในบางโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.82) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารยนต์แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความรู้และความชำนาญของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.47) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ตามลำดับ

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
กายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคูแรรักษ์ธารยนต์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดย
ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่
และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.12) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) บริเวณที่จอดรถ
มีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยรวมของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ ของพนักงานบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล(ลำดับที่)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.79	มาก(4)
2. ด้านราคา	3.36	ปานกลาง(7)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.92	มาก(3)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.44	ปานกลาง(6)
5. ด้านบุคคล	4.31	มาก(1)
6. ด้านกายภาพ	3.78	มาก(5)
7. ด้านกระบวนการ	4.21	มาก(2)

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการดูแลรักษารถยนต์

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.25	มาก (1)	4.32	มาก (2)
2. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย	3.72	มาก (4)	4.04	มาก (4)
3. สามารถบริการได้ครั้งละหลาย ๆ คัน	3.49	ปานกลาง (5)	3.62	มาก (5)
4. ความมีชื่อเสียงของร้าน	3.18	ปานกลาง (6)	3.46	ปานกลาง (6)
5. ความระมัดระวังในการล้างรถ	4.20	มาก (2)	4.40	มาก (1)
6. มีบริการด้านอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์ประดับยนต์ เป็นต้น	3.18	ปานกลาง (6)	3.36	ปานกลาง (7)
7. การรับประกันคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น กับรถยนต์	3.98	มาก (3)	4.28	มาก (3)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72	มาก	3.93	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำความสะอาดได้ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความระมัดระวังในการล้างรถ (ค่าเฉลี่ย 4.20) การรับประกันคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความระมัดระวังในการล้างรถ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ทำความสะอาดได้ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 4.32) การรับประกันคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ด้านราคา

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. ราคาค่าบริการต่อครั้ง	3.84	มาก (1)	3.86	มาก (1)
2. ราคาสมาชิก	3.27	ปานกลาง (2)	3.58	มาก (2)
3. ราคาของบริการเสริมต่าง ๆ	3.23	ปานกลาง (3)	3.49	ปานกลาง (3)
4. ราคาอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน	2.86	ปานกลาง (4)	2.90	ปานกลาง (4)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าบริการต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.84) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.27) ราคาของบริการเสริมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าบริการต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.86) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ราคาของบริการเสริมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย	แปดผล	หญิง	แปดผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.04	มาก (3)	4.10	มาก (4)
2. ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.50	มาก (5)	3.74	มาก (5)
3. ที่ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้าหรือตลาด	3.13	ปานกลาง (6)	3.33	ปานกลาง (6)
4. ความสะดวกในการเดินทาง	4.22	มาก (2)	4.44	มาก (2)
5. ความสะดวกในการจอดรถ	4.23	มาก (1)	4.48	มาก (1)
6. ช่วงเวลาในการเปิดปิดร้าน	4.01	มาก (4)	4.20	มาก (3)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	มาก	4.05	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.22) ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.44) ช่วงเวลาในการเปิดปิดร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ	3.58	มาก (2)	3.74	มาก (3)
2. การสะสมจำนวนครั้งในการใช้บริการเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ	3.52	มาก (4)	3.81	มาก (2)
3. การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร	3.01	ปานกลาง (7)	3.11	ปานกลาง (7)
4. การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	2.95	ปานกลาง (8)	2.99	ปานกลาง (8)
5. สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต	3.37	ปานกลาง (6)	3.28	ปานกลาง (6)
6. การลดราคาในบางโอกาส	3.77	มาก (1)	3.90	มาก (1)
7. มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี	3.57	มาก (3)	3.72	มาก (4)
8. มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ	3.40	ปานกลาง (4)	3.49	ปานกลาง (5)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40	ปานกลาง	3.50	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การลดราคาในบางโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.77) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การลดราคาในบางโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.90) การสะสมจำนวนครั้งในการใช้บริการเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ด้านบุคคล

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. ความรู้และความชำนาญของพนักงาน	4.47	มาก (2)	4.47	มาก (4)
2. พนักงานใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการแก้ปัญหาและ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์	4.27	มาก (6)	4.33	มาก (6)
3. อธิบายและความเต็มใจในการให้บริการของ พนักงาน	4.37	มาก (4)	4.48	มาก (3)
4. พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	4.35	มาก (5)	4.49	มาก (1)
5. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.42	มาก (3)	4.47	มาก (4)
6. พนักงานแต่งกายสุภาพ เหมาะสม	3.77	มาก (8)	3.90	มาก (8)
7. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.48	มาก (1)	4.49	มาก (1)
8. มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	4.17	มาก (7)	4.31	มาก (7)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29	มาก	4.37	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด
บริการด้านบุคคล ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย
4.29) โดยปัจจัยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความซื่อสัตย์
ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความรู้และความชำนาญของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.47) พนักงานมีความ
กระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล ที่มีผล
ในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยปัจจัยด้าน บุคคล
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.49)
พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม(ค่าเฉลี่ย 4.49) อธิบายและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน
(ค่าเฉลี่ย4.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ด้านกายภาพ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกายภาพ	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ	4.11	มาก (1)	4.13	มาก (1)
2. การตกแต่งสถานที่	3.54	มาก (6)	3.56	มาก (7)
3. บริเวณที่รอรับรถคิดแอร์ เย็นสบาย	3.70	มาก (4)	3.77	มาก (4)
4. บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน	3.85	มาก (3)	3.92	มาก (3)
5. การเปิดเพลงเบา ๆ ภายในร้าน	3.54	มาก (6)	3.58	มาก (6)
6. มีน้ำดื่มและเครื่องดื่ม(กาแฟ) บริการ	3.68	มาก (5)	3.68	มาก (5)
7. สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย	3.97	มาก (2)	3.94	มาก (2)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.77	มาก	3.80	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.11) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.13) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ด้านกระบวนการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	เพศ			
	ชาย	แปดผล	หญิง	แปดผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. การทักทายต้อนรับเมื่อเข้าไปในร้าน	4.10	มาก (6)	4.18	มาก (6)
2. ระยะเวลาในการรอรับบริการ	4.22	มาก (3)	4.25	มาก (4)
3. การประสานงานระหว่างแผนกที่ดี	4.09	มาก (7)	4.10	มาก (7)
4. มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	4.27	มาก (2)	4.28	มาก (3)
5. มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.31	มาก (1)	4.41	มาก (1)
6. มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.18	มาก (4)	4.37	มาก (2)
7. มีการสอบถามความพึงพอใจและความต้องการ ของลูกค้า	4.15	มาก (5)	4.21	มาก (5)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19	มาก	4.26	มาก

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.27) ระยะเวลาในการรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ			
	ชาย	แปดผล	หญิง	แปดผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.72	มาก(5)	3.93	มาก(4)
2. ด้านราคา	3.30	ปานกลาง (7)	3.46	ปานกลาง (7)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85	มาก(3)	4.05	มาก(3)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.40	ปานกลาง (6)	3.50	มาก(6)
5. ด้านบุคคล	4.29	มาก(1)	4.37	มาก(1)
6. ด้านกายภาพ	3.77	มาก(4)	3.80	มาก(5)
7. ด้านกระบวนการ	4.19	มาก(2)	4.26	มาก(2)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ 3 ลำดับแรก คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ 3 ลำดับแรก คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร (ค่าเฉลี่ย 3.56) การลดราคาในบางโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.56) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.33) การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การลดราคาในบางโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.84) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การลดราคาในบางโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.81) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การสะสมจำนวนครั้งในการใช้บริการเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การลดราคาในบางโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.82) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การสะสมจำนวนครั้งในการใช้บริการเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.17) การลดราคาในบางโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.00) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.83) สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรู้และความชำนาญของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) อธิษาศัยและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการแก้ปัญหาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยปัจจัยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความรู้และความชำนาญของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.40) อธิษาศัยและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.40) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) โดยปัจจัยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.49) ความรู้และความชำนาญของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรู้และความชำนาญของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.54) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.53) พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) โดยปัจจัยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ อธิษาศัยและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.83) พนักงานใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการแก้ปัญหาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.67) พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.67) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.67) ตามลำดับ

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.78) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.44) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.08) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.06) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.24) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.06) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.17) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.17) บริเวณที่รอรับรถติดแอร์ เย็นสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีน้ำดื่ม และเครื่องดื่ม (กาแฟ) บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) การทักทายต้อนรับเมื่อเข้าไปในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.24) การทักทายต้อนรับเมื่อเข้าไปในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.34) ระยะเวลาในการรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) โดยปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีการสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.50) ระยะเวลาในการรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.33) ตามลำดับ

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การลดราคาในบางโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.70) สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.39) การสะสมจำนวนครั้งในการใช้บริการเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.75) บริเวณที่รอรับรถคิดแอร์ เย็นสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.25) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.14) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.91) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.19) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.21) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีน้ำดื่มและเครื่องดื่ม(กาแฟ) บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) บริเวณที่จอดรถติดแอร์ เย็นสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.78) บริเวณที่จอดรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

กว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาในการรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีป้าย
บอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.35) ตามลำดับ

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัญหาย่อยที่ได้รับจากการใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพในการให้บริการ (ความสะอาด) (ค่าเฉลี่ย 4.02) ไม่ระมัดระวังในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ส่วนข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการของธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ คือ ควรให้พนักงานผู้หญิงใส่กางเกงขาสั้น เพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้า