

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามของการศึกษานี้ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการตรวจสภาพรถในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ทดสอบสถิติความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปเป็น 4 ส่วน ได้แก่

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 40 ปี โดยแยกเป็น อายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 33.50 และอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 27.50 ตามลำดับ ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง (รถเก๋ง)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้คือ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านบุคคล อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา อันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย อันดับที่ 5 คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และอันดับที่ 6 คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคลทุกด้านในระดับมาก โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก คือ วิธีการตรวจเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ให้บริการด้วยความรวดเร็ว และคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ รองลงมาคือ มีการจัดลำดับคิวให้กับรถผู้ให้บริการ รมั้ดระวังเอาใจใส่ และคำนึงถึงความสะดวกขณะตรวจสอบสภาพรถ และทักทายต้อนรับเมื่อผู้ให้บริการเข้า

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคลทุกด้านในระดับมาก โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก คือ พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม ความซื่อสัตย์ของพนักงาน และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส รองลงมาคือ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญด้านเครื่องยนต์เป็นอย่างดี ให้คำแนะนำซ่อมแซมหรือแก้ไขภายหลังการตรวจสอบสภาพ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้ให้บริการได้เวลาตรวจพบข้อบกพร่อง และพนักงานแต่งกายสุภาพ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกด้านในระดับมาก โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจน ราคาของการบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากชำระภาษี รับทำประกันภัย พ.ร.บ. เป็นต้น และการให้ราคาพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ รองลงมาคือ ราคาตรวจสอบสภาพต่อครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกด้านในระดับมาก โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก คือ เรื่องการมีบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากชำระภาษี รับทำประกันภัย พ.ร.บ. เป็นต้น ตรวจสอบสภาพอย่างระมัดระวัง และรายการที่ให้บริการ รองลงมาได้แก่ สามารถให้บริการได้ที่หลายๆ คัน และร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกด้านในระดับมาก โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก คือ การเดินทางสะดวก ความเพียงพอของที่จอดรถ และที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/สถานศึกษา รองลงมาคือ ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน และที่ตั้งอยู่ใกล้ขนส่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดระดับความสำคัญมาก ได้แก่ บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์ และการให้ส่วนลด ส่วนปัจจัยที่ให้ระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ การแจกของสมนาคุณ มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ และการแจกเอกสารหรือใบปลิว

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญต่อยังย้อยด้านลักษณะทางกายภาพระดับความสำคัญมาก ได้แก่ สถานที่สะอาด อากาศถ่ายเทได้ดี มีป้ายบอกทิศทางหรือป้ายร้านอย่างชัดเจน ใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน ซื่อร้านจดจำง่าย มีป้ายบอกหรือเตือนเขตอันตรายขณะปฏิบัติงาน ห้องรับรองลูกค้า กว้างขวางสะอาดและมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อน และมีการตกแต่งที่ทันสมัย ดูน่าเชื่อถือ และปัจจัยย่อยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญระดับปานกลางคือ มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบาๆ ภายในร้าน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปพบว่าเพศและประเภทของรถยนต์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนข้อมูลทั่วไปด้านอื่นๆ คือ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพพบว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามเพศ พบว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการระหว่างเพศชายและเพศหญิง โดยปัจจัยที่เพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่แตกต่างกัน 4 ปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยที่เกิดความแตกต่างของค่าเฉลี่ยดังกล่าว เพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชายทั้งสิ้น ส่วนปัจจัยอื่นๆ ทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยย่อยที่เกิดความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิงสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 33

ตารางที่ 33 ตารางแสดงปัจจัยและปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่เกิดความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อจำแนกตามเพศ

จำแนกข้อมูลตาม	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่แตกต่าง	ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่เกิดความแตกต่าง
<ul style="list-style-type: none"> • เพศ 	<ul style="list-style-type: none"> • ด้านราคา 	<ul style="list-style-type: none"> • ราคาตรวจสภาพต่อครั้ง
	<ul style="list-style-type: none"> • ด้านกระบวนการ 	<ul style="list-style-type: none"> • ทักทายต้อนรับเมื่อผู้ใช้บริการเข้าร้าน • คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ • วิธีการตรวจเป็นไปตามที่กฎหมาย กำหนด
	<ul style="list-style-type: none"> • ด้านบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> • ไม่เกิดความแตกต่างในปัจจัยย่อย
	<ul style="list-style-type: none"> • ด้านการจัดจำหน่าย 	<ul style="list-style-type: none"> • ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/สถานศึกษา • การเดินทางสะดวก

การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่ามีแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดบริการระหว่างผู้ใช้รถนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) และผู้ใช้รถกระบะทุก
 ส่วนบุคคล(รถกระบะ) โดยปัจจัยที่ผู้ใช้รถเก๋งและรถกระบะให้ระดับความสำคัญที่ต่างกันมี
 เพียงปัจจัยเดียว คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้ใช้รถกระบะให้ความสำคัญมากกว่ารถ
 เก๋ง ส่วนปัจจัยอื่นๆ ผู้ใช้รถทั้งสองประเภทให้ระดับความสำคัญไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปได้
 ดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 ตารางแสดงปัจจัยและปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่เกิดความแตกต่างของ
 ค่าเฉลี่ยเมื่อจำแนกตามประเภทรถยนต์

จำแนกข้อมูลตาม	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่แตกต่าง	ปัจจัยย่อยของส่วนประสม การตลาดบริการที่เกิดความแตกต่าง
● ประเภทรถยนต์	● ด้านการส่งเสริมการตลาด	● การแจกของสมนาคุณ ● การให้ส่วนลด

การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพ ผลการวิเคราะห์
 พบว่าไม่เกิดความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95
 เปอร์เซนต์ แสดงว่าค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเมื่อจำแนกตาม อายุ ระดับ
 การศึกษา รายได้ และอาชีพไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้
 และอาชีพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถ
 เอกชนในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนที่ได้รับจากผู้ใช้บริการสถานตรวจสภาพรถในจังหวัดเชียงใหม่

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัญหาในเรื่องต่างๆ ซึ่งสามารถเรียงอันดับความสำคัญได้ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ เกิดอุบัติเหตุระหว่างการให้บริการ อันดับที่ 2 พนักงานไม่มีความสุขในการให้บริการ อันดับที่ 3 คือ ได้รับการบริการที่ไม่รวดเร็ว อันดับที่ 4 คือ สถานที่ไม่สะอาดเรียบร้อย อันดับที่ 5 คือ คุณภาพการให้บริการไม่ดี(ไม่ครบถ้วน) และ อันดับที่ 6 ราคาไม่เหมาะสมกับการให้บริการ

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าเพศ และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามเพศ พบว่าเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย ในปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัย 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ และสอดคล้องกับการศึกษาของ รัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ ของพนักงานบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ปัจจัยแรกคือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เนื่องจากการศึกษาทั้งสองเป็นงานด้านการบริการ ผู้ใช้บริการสามารถสัมผัสและรับรู้ได้โดยตรงจากขั้นตอนกระบวนการทำงาน และการบริการของบุคคลในองค์กรที่คอยประสานงานและบริการให้แก่ผู้บริการ ดังนั้นปัจจัยทั้งสองนี้จึงเป็นตัวสำคัญที่ผู้บริการจะใช้ในการพิจารณาเลือกสถานตรวจสภาพรถเอกชน โดยกระบวนการทำงานต้องมีการวางแผนจัดการที่ดี วิธีการตรวจเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด บริการด้วยความรวดเร็ว และคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ บุคลากรที่คอยให้บริการควรพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม มีความซื่อสัตย์และมีมนุษยสัมพันธ์ นอกจากนี้ปัจจัยด้านราคาก็มีความสำคัญเช่นกัน โดยเน้นในเรื่องการมีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจน ราคาของการบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากชำระภาษี , รับทำประกันภัย พ.ร.บ. และ

การให้ราคาพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการในปัจจุบันต้องการความสะดวกสบาย และความเร็วในการบริการ จึงให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้มากเป็นอันดับต้นๆ โดยเน้นในเรื่อง เดินทางสะดวก ความเพียงพอของที่จอดรถ และที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/สถานศึกษา

ส่วนปัจจัยที่อื่นๆ ไม่เกิดความแตกต่างเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามเพศ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นพดล จิระธิติกุล (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สูงที่สุด อาจเนื่องมาจากสถานตรวจสภาพรถตัวผลิตภัณฑ์ไม่สามารถจับต้องได้ หรือมองเห็นได้ชัดเจนเหมือนการศึกษาในเรื่องอู่ซ่อมรถยนต์ที่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงมองว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จึงไม่สำคัญมาก แต่สอดคล้องกับการศึกษาของ เอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็น 2 อันดับสุดท้าย โดยไม่มีความสำคัญมากเท่ากับปัจจัยด้านอื่นๆ อาจเนื่องมาจากความถี่ในการใช้บริการของสถานตรวจสภาพของผู้ใช้บริการในแต่ละครั้งมีความบ่อยไม่มาก โดยปกติรถ 1 คันเข้าใช้บริการตรวจสภาพเพียงปีละ 1 ครั้ง และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพเป็นตัวกำหนดความคาดหวังและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่กิจการมากกว่า ดังนั้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพ จึงมีความสำคัญไม่มากเท่ากับปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลกระทบโดยตรงต่อผู้ใช้บริการ แต่ถึงอย่างไรก็ยังสมควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั้ง 3 ที่ถึงแม้จะไม่มีมีความสำคัญใน 3 อันดับแรก หรือไม่เกิดความแตกต่าง แต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามก็ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ข้อค้นพบ

1. เพศเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของข้อมูลมากที่สุด โดยปัจจัยที่เกิดความแตกต่างมีดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านกระบวนการ
2. อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชน
3. ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญของปัญหาในเรื่องการเกิดอุบัติเหตุระหว่างการให้บริการสูงที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ในการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจสถานตรวจสภาพรถ ในการวางแผนดำเนินงานและผู้ที่สนใจทั่วไปได้ดังนี้

1. สถานตรวจสภาพรถควรมีการคิดป้ายราคาค่าบริการตรวจสภาพและราคาของค่าบริการอื่นๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการได้ทราบอย่างชัดเจน เพื่อง่ายต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยเฉพาะเทศหญิงที่ให้ความสำคัญกับราคามากที่สุด
2. ราคาของการบริการทุกด้านที่มีไม่ควรมีราคาที่สูงเกินไป เนื่องจากปัจจัยนี้จะไวและมีผลต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะการตัดสินใจของเพศหญิงมาก
3. ควรมีการกล่าวทักทายต้อนรับผู้มาใช้บริการเข้าร้าน และควรอบรมให้พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะเทศหญิงที่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้แตกต่างกันเพศชายมาก
4. การตรวจสภาพควรเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ตามขั้นตอนหรือวิธีการตามกฎหมาย
5. ผู้ประกอบการควรออกแบบและวางแผนให้มีการบริการตรวจสภาพที่รวดเร็ว ตั้งแต่ขั้นตอนการรับรถ การตรวจสภาพรถ จนถึงส่งมอบรถคืนให้แก่ผู้ใช้บริการ
6. ทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงานควรคำนึงถึงความปลอดภัยของทั้งผู้ให้และผู้ใช้บริการ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้น และเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นสูงที่สุด
7. การตรวจสภาพรถหรืองานที่เกี่ยวกับรถยนต์คนโดยทั่วไปคิดว่าเป็นเรื่องยาก โดยเฉพาะเพศหญิง ซึ่งสามารถสังเกตได้จากจำนวนคนที่นำรถเข้ามารับการตรวจสภาพส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ดังนั้นสถานตรวจสภาพควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ และทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการเข้ามาใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเป็นเรื่องที่ง่าย
8. ควรมีการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์ เนื่องจากบางครั้งผู้ใช้รถยนต์ไม่มีความรู้ด้านรถยนต์ การผิดปกติดังๆ ที่เกิดขึ้นอาจทำให้ไม่สามารถทราบได้ว่ารถยนต์กำลังมีปัญหา ดังนั้นเมื่อตรวจเช็คพบความผิดปกติควรแจ้งเตือนและให้แนวทางแก้ไขแก่ผู้ใช้บริการ

9. พนักงานควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชี้แจง แจ่มใส ขณะเวลาปฏิบัติงาน และสิ่งที่ขาดไม่ได้คือ ความซื่อสัตย์ เนื่องจากพนักงานต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินของลูกค้าที่ใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมและให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวนี้ด้วย
10. การเดินทางเพื่อเข้าใช้บริการต้องสะดวก ลูกค้ามีการค้างถึงสถานที่ตั้ง ระยะทางไกลไกลจากบ้าน/ที่ทำงาน/สถานศึกษา โดยเฉพาะเพศหญิงให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่องเหล่านี้มากและแตกต่างจากเพศชาย ดังนั้นถ้าการที่สถานตรวจสภาพรถอยู่ใกล้แหล่งชุมชน หรือเส้นทางสัญจรจะเป็น โอกาสหนึ่งที่จะทำให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้น
11. ภายในสถานตรวจสภาพควรมีพื้นที่สำหรับจอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการ ผู้ใช้บริการบางครั้งช่วงเวลาหนึ่งๆ อาจเข้ามาใช้บริการพร้อมๆกันที่หลายๆ คัน ดังนั้นพื้นที่สำหรับจอดรถจึงเป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการด้วย
12. อาคารตรวจสภาพควรมีการออกแบบให้อากาศถ่ายเทได้ดี ควรมีการใช้เครื่องมือปฏิบัติงานที่ทันสมัย เพื่อให้ดูน่าเชื่อถือ และเป็นมืออาชีพ

ข้อจำกัดการศึกษา

ความนิยมใช้รถนั่งส่วนบุคคลเกิน 7 ที่นั่ง(รถตู้) มีน้อยเพราะส่วนใหญ่จะนำไปจดทะเบียนเป็นรถรับจ้างทั่วไป ซึ่งรถประเภทนี้ไม่สามารถนำเข้าตรวจที่สถานตรวจสภาพรถเอกชนได้ต้องนำไปตรวจที่สำนักงานขนส่งเท่านั้น ทำให้โอกาสการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการรถยนต์ประเภทดังกล่าวน้อย จึงทำให้ไม่สามารถศึกษาปัจจัยจำแนกตามประเภทรถยนต์ประเภทดังกล่าวได้ เพราะอัตราส่วนเทียบระหว่างรถนั่งส่วนบุคคลเกิน 7 ที่นั่ง(รถตู้) น้อยกว่า รถนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง(รถเก๋ง) และรถบรรทุกส่วนบุคคล(รถกระบะ) อยู่มาก