

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ ผลการศึกษาสามารถแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ประเภทรถที่ใช้ยี่ห้อ และอายุการใช้งานของรถยนต์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถ

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 6 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงในการใช้บริการคาร์แคร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	112	55.7
หญิง	89	44.3
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.7 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 44.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	25	12.4
20 - 30 ปี	69	34.3
31 - 40 ปี	70	34.8
41 - 50 ปี	23	11.4
51 - 60 ปี	10	5.0
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	4	2.0
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 34.8 รองลงมาอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 34.3 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 12.4 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 11.4 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 5.0 และอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	101	50.2
สมรส	100	49.8
หย่าร้าง	0	0.0
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 50.2 รองลงมาสถานภาพสมรส ร้อยละ 49.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	4	2.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	8	4.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	28	13.9
อนุปริญญา / ปวส.	24	11.9
ปริญญาตรี	130	64.7
สูงกว่าปริญญาตรี	7	3.5
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี ร้อยละ 64.7 รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 13.9 อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 11.9 มีมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 4.0 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.5 และประถมศึกษา ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	26	12.9
ข้าราชการ	31	15.4
พนักงานบริษัทเอกชน	44	21.9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	37	18.4
อาชีพอิสระ	35	17.4
เจ้าของกิจการ	22	10.9
อื่นๆ	6	3.0
รวม	201	100.0

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษตร (2 คน) - แม่บ้าน (3 คน) ทำสวน (1 คน)

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพหลักส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 21.9 รองลงมา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 18.4 มีอาชีพอิสระ ร้อยละ 17.4 ข้าราชการ ร้อยละ 15.4 นักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 12.9 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 10.9 และอื่นๆ ร้อยละ 3.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
5,000 บาทหรือต่ำกว่า	1	0.5
5,001 - 10,000 บาท	27	13.4
10,001 - 20,000 บาท	64	31.8
20,001 - 30,000 บาท	67	33.3
มากกว่า 30,000 บาท	42	20.9
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 33.3 รองลงมา 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 31.8 มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 20.9 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 13.4 และ 5,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรถยนต์ที่ใช้

รถยนต์ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
รถเก๋ง	140	69.65
รถกระบะ	94	46.77
รถอื่นๆ	14	6.97

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 201 ราย

รถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ (10 คน) และ รถ 6 ล้อ (4 คน)

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถเก๋ง ร้อยละ 69.65 รองลงมา รถกระบะ ร้อยละ 46.77 และรถอื่นๆ ร้อยละ 6.97

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการใช้งานของรถยนต์

อายุการใช้งานของรถยนต์ของท่านนับตั้งแต่เริ่มต้นจดทะเบียนจนถึงปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 ปี	47	23.4
4 – 6 ปี	110	54.7
7 – 9 ปี	36	17.9
10 ปีขึ้นไป	8	4.0
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุการใช้งานของรถยนต์ 4 – 6 ปี ร้อยละ 54.7 รองลงมาอายุการใช้งานของรถยนต์ 1 – 3 ปี ร้อยละ 23.4 อายุการใช้งานของรถยนต์ 7 – 9 ปี ร้อยละ 17.9 และมีอายุการใช้งานของรถยนต์ 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 4.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ในคาร์แคร์

บริการที่ใช้ในคาร์แคร์	จำนวน	ร้อยละ
ล้างรถภายนอก	153	76.1
ล้างรถภายในและภายนอก	193	96.0
ขัดและเคลือบสี	40	19.9
ขัดเบาะ ทำความสะอาดพรม	24	11.9
เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/ไส้กรอง/อัดจารบี	40	19.9
เปลี่ยนอุปกรณ์อื่น เช่น ที่ปัดน้ำฝน	8	4.0

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการในคาร์แคร์ ล้างรถภายในและภายนอก ร้อยละ 96.0 รองลงมาล้างรถภายนอก ร้อยละ 76.1 ขัดและเคลือบสี และ

เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/ไส้กรอง/อัตรจารบี เท่ากัน ร้อยละ 19.9 จัดเบาะทำความสะอาดพรม ร้อยละ 11.9 และเปลี่ยนอุปกรณ์อื่น เช่น ที่ปัดน้ำฝน ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกใช้บริการ คาร์แคร์

สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์บริการทั่วไป	151	75.1
ศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	125	62.2
ศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า	73	36.3
ศูนย์บริการเครือข่ายแฟรนไชส์	70	34.8

เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการคาร์แคร์คือ ศูนย์บริการทั่วไป ร้อยละ 75.1 รองลงมาศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน ร้อยละ 62.2 ศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 36.3 และศูนย์บริการเครือข่ายแฟรนไชส์ ร้อยละ 34.8

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือน

โดยเฉลี่ยท่านใช้บริการคาร์แคร์ประมาณกี่ครั้งต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง/เดือน	145	72.1
2 ครั้ง/เดือน	48	23.9
3 ครั้ง/เดือน	8	4.0
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการคาร์แคร์ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 72.1 รองลงมา 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 23.9 และ 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุด

วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์	24	11.9
วันพุธ	16	8.0
วันศุกร์	33	16.4
วันเสาร์- อาทิตย์	112	55.7
วันหยุดนักขัตฤกษ์	16	8.0
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ วันที่ใช้บริการคาร์แคร์ คือวันเสาร์- อาทิตย์ ร้อยละ 55.7 รองลงมา วันศุกร์ ร้อยละ 16.4 วันจันทร์ ร้อยละ 11.9 วันพุธและวันหยุด นักขัตฤกษ์ เท่ากัน ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุด

ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
8.00- 12.00 น.	64	31.8
12.01- 16.00 น.	56	27.9
16.01- 20.00 น.	65	32.3
หลัง 20.00 น.	16	8.0
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์ส่วนใหญ่คือ ช่วงเวลา 16.01- 20.00 น. ร้อยละ 32.3 รองลงมาช่วงเวลา เวลา 8.00- 12.00 น. ร้อยละ 31.8 ช่วงเวลา เวลา 12.01- 16.00 น. ร้อยละ 27.9 และช่วงเวลาหลัง 20.00 น. ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้
บริการคาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200 บาท	88	43.8
201 - 400 บาท	88	43.8
มากกว่า 401 บาท	25	12.4
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์
แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ น้อยกว่า 200 บาท และ 201 - 400 บาท เท่ากัน ร้อยละ 43.8 และ มากกว่า
401 บาท ร้อยละ 12.4

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขในการชำระเงิน
ค่าบริการ

เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระด้วยเงินสด	185	92.0
ชำระด้วยบัตรเครดิต	0	0.0
ชำระด้วยคูปองสมาชิก	16	8.0
รวม	201	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงื่อนไขในการชำระเงิน
ค่าบริการ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 92.0 และชำระด้วยคูปองสมาชิก ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักร้านค้าที่ให้บริการ

การรู้จักร้านค้าที่ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีคนรู้จักแนะนำ	129	64.2
วิทยุท้องถิ่น	16	8.0
ดูข้อมูลจาก Website	8	4.0
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	24	11.9
ป้ายคัดเอาต์	121	60.2
นิตยสารท้องถิ่น	0	0.0
เจ้าของร้าน	48	23.9
พนักงานแนะนำ	24	11.9

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้านค้าที่ให้บริการ คือ มีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 64.2 รองลงมา ป้ายคัดเอาต์ ร้อยละ 60.2 เจ้าของร้าน ร้อยละ 23.9 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และพนักงานแนะนำ เท่ากัน ร้อยละ 11.9 วิทยุท้องถิ่น ร้อยละ 8.0 และดูข้อมูลจาก Website ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ
 คาร์แคร์ที่ใช้บริการ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริการดีประทับใจ	97	48.3
เจ้าของร้าน	32	15.9
ชื่อเสียงร้าน	24	11.9
คุณภาพด้านความสะอาด	121	60.2
สะดวกต่อการเดินทาง	169	84.1
รวดเร็วในขั้นตอนบริการ	97	48.3
ราคาเหมาะสม	136	67.7
มีของสมนาคุณในการใช้บริการ	8	4.0

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์
 แคร์ที่ใช้บริการ คือ สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 84.1 รองลงมาราคาเหมาะสม ร้อยละ 67.7
 คุณภาพด้านความสะอาด ร้อยละ 60.2 รวดเร็วในขั้นตอนบริการ ร้อยละ 48.3 พนักงานบริการดี
 ประทับใจ ร้อยละ 48.3 เจ้าของร้าน ร้อยละ 15.9 ชื่อเสียงร้าน ร้อยละ 11.9 และมีของสมนาคุณใน
 การใช้บริการ ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ

รายการส่งเสริมการขายที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
คูปองส่วนลด	113	56.2
แถมอุปกรณ์ทำความสะอาดรถ	56	27.9
ของพรีเมียม (แก้วน้ำ, น้ำขวด, ร่ม)	41	20.4
ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง	152	75.6
ล้างสีคูคฝุ่น 1 ฟรี ล้างสี 1 ครั้ง	64	31.8
สิทธิพิเศษ(ในการแลกของรางวัล)	8	4.0
สะสมแต้มแลกของรางวัล	32	15.9
Package (คูปองจำหน่าย)	24	11.9
อื่นๆ	1	0.5

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

อื่นๆ ได้แก่ - อยากให้มีบริการล้าง 3 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง (1 คน)

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรายการส่งเสริมการขาย คือ ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง ร้อยละ 75.6 รองลงมาคือ คูปองส่วนลด ร้อยละ 56.2 ล้างสีคูคฝุ่น 1 ฟรี ล้างสี 1 ครั้ง ร้อยละ 31.8 แถมอุปกรณ์ทำความสะอาดรถ ร้อยละ 27.9 ของพรีเมียม (แก้วน้ำ, น้ำขวด, ร่ม) ร้อยละ 20.4 สะสมแต้มแลกของรางวัล ร้อยละ 15.9 Package (คูปองจำหน่าย) ร้อยละ 11.9 และอื่นๆ ร้อยละ 0.5

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรรูป)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความหลากหลายของการให้บริการ	16 (8.0)	32 (15.9)	120 (59.7)	33 (16.4)	0 (0.0)	3.15 (ปานกลาง)	7
สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน	56 (27.9)	56 (27.9)	81 (40.3)	0 (0.0)	8 (4.0)	3.76 (มาก)	5
การให้บริการเสริม เช่น เติมน้ำกลั่น, ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ, เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	40 (19.9)	48 (23.9)	88 (43.8)	25 (12.4)	0 (0.0)	3.51 (มาก)	6
มีบริการด้านอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนอะไหล่ต่างๆ เป็นต้น	0 (0.0)	8 (4.0)	152 (75.6)	33 (16.4)	8 (4.0)	2.80 (ปานกลาง)	8
การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	72 (35.8)	73 (36.3)	56 (27.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	4
คุณภาพด้านการบริการ	104 (51.7)	81 (40.3)	16 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.44 (มาก)	3
ให้ความสำคัญด้านความสะอาด	121 (60.2)	72 (35.8)	8 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)	2
การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน	145 (72.1)	32 (15.9)	24 (11.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60 (มากที่สุด)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปรรูป)						3.86 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.56) และ

ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) การใช้วัสดุ
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.08) สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน(ค่าเฉลี่ย 3.76)
การให้บริการเสริม เช่น เติมน้ำกลั่น, ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ, เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง(ค่าเฉลี่ย 3.51) และ
ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความหลากหลายของการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.15) มี
บริการด้านอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนอะไหล่ต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม	72 (35.8)	129 (64.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	2
การตั้งราคาของบริการเสริม ต่างๆ	40 (19.9)	88 (43.8)	65 (32.3)	8 (4.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	6
มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ ชัดเจน	96 (47.8)	89 (44.3)	16 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	1
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณี มีการเปลี่ยนแปลง	72 (35.8)	105 (52.2)	24 (11.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	3
ตั้งราคาค่าบริการใกล้เคียงกับ ร้านอื่น	56 (27.9)	88 (43.8)	49 (24.4)	8 (4.0)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	5
มีการรับชำระด้วยบัตรเครดิต	16 (8.0)	24 (11.9)	121 (60.2)	24 (11.9)	16 (8.0)	3.00 (ปานกลาง)	8
มีส่วนลดเงินสด	56 (27.9)	8 (4.0)	113 (56.2)	16 (.0)	8 (4.0)	3.44 (ปานกลาง)	7
ราคาคงที่	64 (31.8)	89 (44.3)	48 (23.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปรผล)						3.91 (มาก)	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.24) ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตั้งราคาค่าบริการใกล้เคียงกับร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.96) การตั้งราคาของบริการเสริมต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และให้ความสำคัญ

มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีการรับชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง	129 (64.2)	64 (31.8)	8 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60 (มากที่สุด)	1
สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง	88 (49.8)	81 (40.3)	32 (15.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	2
มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง	50 (39.8)	89 (44.3)	32 (15.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	3
มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง	64 (31.8)	97 (48.3)	40 (19.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	4
มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ, ห้องพักรถลูกค้า	56 (27.9)	105 (52.2)	40 (19.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	5
เวลาในการบริการเปิด-ปิดเหมาะสม	72 (35.8)	72 (35.8)	32 (15.9)	25 (12.4)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	6
มีบริการโทรจองคิว(ทางโทรศัพท์)	40 (19.9)	40 (19.9)	88 (43.8)	17 (8.5)	16 (8.0)	3.35 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปรผล)						4.09 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง(ค่าเฉลี่ย 4.60) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง(ค่าเฉลี่ย 4.28) มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง

(ค่าเฉลี่ย 4.24) มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง(ค่าเฉลี่ย 4.12) มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุฬารับรถ, ห้องพักรถลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 4.08) เวลาในการบริการเปิด-ปิด เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.95) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีบริการโทรจองคิว(ทางโทรศัพท์) (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษ ต่างๆ	24 (11.9)	40 (19.9)	129 (64.2)	0 (0.0)	8 (4.0)	3.36 (ปานกลาง)	6
การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการ เพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	32 (15.9)	88 (43.8)	81 (40.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	1
การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่	48 (23.9)	56 (27.6)	89 (44.3)	8 (4.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	2
การโฆษณา เช่น วิทยุ ป้าย ประกาศ นิตยสาร/วารสาร	56 (27.9)	112 (55.7)	25 (12.4)	0 (0.0)	5 (4.0)	3.07 (ปานกลาง)	8
มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา รถยนต์แจกฟรี	16 (8.0)	56 (27.9)	129 (64.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.44 (ปานกลาง)	4
มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ ฟรี	40 (19.9)	72 (35.8)	48 (23.9)	17 (8.5)	24 (11.9)	3.43 (ปานกลาง)	5
จัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม)	40 (19.9)	48 (23.9)	105 (52.2)	8 (4.0)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	3
มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการ พิเศษ	8 (4.0)	56 (27.9)	129 (64.2)	0 (0.0)	8 (4.0)	3.28 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.45 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการ เพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ(ค่าเฉลี่ย 3.76) การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่(ค่าเฉลี่ย 3.68) จัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 3.60) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.43) การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ(ค่าเฉลี่ย 3.28) และการโฆษณา เช่น วิทยุ ป้ายประกาศ นิตยสาร/วารสาร (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานด้านรถมีความรู้ ความ ชำนาญในการให้บริการ	120 (59.7)	57 (28.4)	24 (11.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.48 (มาก)	1
พนักงานด้านรถมี ความสามารถในการให้ คำปรึกษา และคำแนะนำ เกี่ยวกับการบริการ	96 (47.8)	40 (19.9)	65 (32.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	6
พนักงานด้านรถมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ	80 (39.8)	89 (44.3)	32 (15.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	5
พนักงานด้านรถให้บริการมี เพียงพอลูกค้า	113 (56.2)	64 (31.8)	24 (11.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.44 (มาก)	2
พนักงานด้านรถให้บริการอย่าง เสมอภาคและมีความสุภาพ	88 (43.8)	105 (52.2)	8/ (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	3
พนักงานรับรถมีความชำนาญ ในการขับเคลื่อนรถ	112 (55.7)	65 (32.3)	24 (11.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.44 (มาก)	2
พนักงานรับมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ	32 (15.9)	55 (43.8)	81 (40.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	10
พนักงานประชาสัมพันธ์ อัธยาศัยดีในการให้บริการ	72 (35.8)	80 (39.8)	49 (24.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	7
พนักงานในร้านมีความ น่าเชื่อถือ ,มีความซื่อสัตย์	104 (51.7)	65 (32.3)	32 (15.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	4
พนักงานในร้านมีการแต่งกาย สุภาพเหมาะสม	32 (15.9)	96 (47.8)	73 (36.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	9

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานในร้านสามารถแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า ได้	48 (23.9)	113 (56.2)	40 (19.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	8
พนักงานรับชำระเงินให้บริการ ที่รวดเร็วและถูกต้อง	64 (31.8)	96 (47.8)	41 (20.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปรผล)						4.19 (มาก)	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ พนักงานด้านรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานด้านรถให้บริการมีเพียงพอต่อลูกค้า และพนักงานด้านรถให้บริการมีเพียงพอต่อลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 4.44)เท่ากัน พนักงานด้านรถให้บริการอย่างเสมอภาค และมีความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ ,มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานด้านรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานด้านรถมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานในร้านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.04) พนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80) และพนักงานรับมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ(ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การให้บริการที่รวดเร็ว	113 (56.2)	72 (35.8)	16 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.48 (มาก)	2
ความสะดวกในการเข้ารับ บริการ	97 (48.3)	88 (43.8)	16 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	3
ระยะเวลาการรอรับบริการ(มี การจัดคิวลูกค้า)	80 (39.8)	97 (48.3)	24 (11.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	4
มีระบบขั้นตอนการทำงานที่ ถูกต้องตามคำสั่ง	72 (35.8)	105 (52.2)	24 (11.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	5
มีการคิดเงินที่รวดเร็วและ ถูกต้อง	88 (43.8)	80 (39.8)	25 (39.8)	8 (4.0)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	6
มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้าย ก่อนการส่งมอบ	144 (71.6)	41 (20.4)	16 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.64 (มากที่สุด)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปรผล)						4.38 (มาก)	

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ระยะเวลาการรอรับบริการ (มีการจัดคิวลูกค้า) (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีระบบขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องตามคำสั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.24) และมีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีชื่อเสียงด้านการบริการ	32 (15.9)	121 (60.2)	48 (23.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	5
ความสะอาดของสถานที่ และ ห้องน้ำ	56 (27.9)	96 (47.8)	49 (24.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	3
ห้องพักรับรถกว้างขวาง มีที่ นั่งเพียงพอ	80 (39.8)	80 (39.8)	41 (20.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (มาก)	2
บริเวณที่รอรับบริการมีมุม หนังสือ โทรทัศน์ สำหรับ พักผ่อน	64 (31.8)	72 (35.8)	48 (23.9)	17 (8.5)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	6
บริเวณที่รอรับบริการมีมุม เครื่องดื่ม(กาแฟ) สำหรับ บริการ(ฟรี)	56 (27.9)	56 (27.9)	72 (35.8)	17 (8.5)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	8
ภายในร้านและภายนอกร้านมี การตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น	48 (23.9)	64 (31.8)	89 (44.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	7
มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน ในการรับบริการ	145 (72.1)	24 (11.9)	32 (15.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)	1
มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย	32 (15.9)	129 (64.2)	40 (19.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปรผล)						4.02 (มาก)	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ห้องพักรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มี

อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีชื่อเสียงด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) หนังสือ
โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น
(ค่าเฉลี่ย 3.80) บริเวณที่รอรับบริการมีมุมเครื่องดื่ม(กาแฟ) สำหรับบริการ(ฟรี) (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.86	มาก	6
ด้านราคา	3.91	มาก	5
ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	4.09	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.45	มาก	7
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.19	มาก	2
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.02	มาก	4
ด้านกระบวนการ	4.38	มาก	1

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.19) ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยย่อยของ ส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ	4.64	มากที่สุด	1
การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน	4.60	มากที่สุด	2
ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง	4.60	มากที่สุด	3
ให้ความสำคัญด้านความสะอาด	4.56	มากที่สุด	4
มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ	4.56	มากที่สุด	5
พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	4.48	มาก	6
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.48	มาก	7
คุณภาพด้านการบริการ	4.44	มาก	8
พนักงานล้างรถให้บริการมีเพียงพอต่อลูกค้า	4.44	มาก	9
พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ	4.44	มาก	10
มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	4.40	มาก	11
พนักงานล้างรถให้บริการอย่างสม่ำเสมอและมีความสุภาพ	4.40	มาก	12
ความสะดวกในการเข้ารับบริการ	4.40	มาก	13
ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม	4.36	มาก	14
พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ , มีความซื่อสัตย์	4.36	มาก	15
สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง	4.28	มาก	16
ระยะเวลาการรอรับบริการ(มีการจัดคิวลูกค้า)	4.28	มาก	17
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง	4.24	มาก	18
มีสถานที่รับรองรถที่มาให้บริการกว้างขวาง	4.24	มาก	19
พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.24	มาก	20
มีระบบขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องตามคำสั่ง	4.24	มาก	21
มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.23	มาก	22
ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ	4.19	มาก	23
พนักงานล้างรถมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และ คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ	4.15	มาก	24
มีสถานที่พักรอที่กว้างขวาง	4.12	มาก	25
พนักงานประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยดีในการให้บริการ	4.11	มาก	26
พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.11	มาก	27
การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.08	มาก	28

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ราคาคงที่	4.08	มาก	29
มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุcriบรถ, ห้องพักลูกค้า	4.08	มาก	30
พนักงานในร้านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้	4.04	มาก	31
ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ	4.03	มาก	32
ตั้งราคาค่าบริการใกล้เคียงกับร้านอื่น	3.96	มาก	33
มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย	3.96	มาก	34
เวลาในการบริการเปิด-ปิด เหมาะสม	3.95	มาก	35
มีชื่อเสียงด้านการบริการ	3.92	มาก	36
บริเวณที่รอรับบริการมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน	3.91	มาก	37
การตั้งราคาของบริการเสริมต่างๆ	3.80	มาก	38
พนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม	3.80	มาก	39
ภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น	3.80	มาก	40
สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน	3.76	มาก	41
การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.76	มาก	42
พนักงานรับมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	3.76	มาก	43
บริเวณที่รอรับบริการมีมุมเครื่องดื่ม(กาแฟ) สำหรับบริการ(ฟรี)	3.75	มาก	44
การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่	3.68	มาก	45
จัดโปร โมชั่น(ลด แลก แจก แถม)	3.60	มาก	46
การให้บริการเสริม เช่น เติมน้ำกลั่น, ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ, เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	3.51	มาก	47
มีส่วนลดเงินสด	3.44	ปานกลาง	48
มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี	3.44	ปานกลาง	49
มีบริการรับ-ส่ง รถที่มารับบริการฟรี	3.43	ปานกลาง	50
การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ	3.36	ปานกลาง	51
มีบริการ โทรจองคิว(ทางโทรศัพท์)	3.35	ปานกลาง	52

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ	3.28	ปานกลาง	53
ความหลากหลายของการให้บริการ	3.15	ปานกลาง	54
การโฆษณา เช่น วิทยู ป้ายประกาศ นิตยสาร/วารสาร	3.07	ปานกลาง	55
มีการรับชำระด้วยบัตรเครดิต	3.00	ปานกลาง	56
มีบริการด้านอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนอะไหล่ต่างๆ เป็นต้น	2.80	ปานกลาง	57

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ(ค่าเฉลี่ย 4.64) การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน(ค่าเฉลี่ย 4.60) ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง(ค่าเฉลี่ย 4.60) ให้ความสำคัญด้านความสะอาด(ค่าเฉลี่ย 4.56) มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ(ค่าเฉลี่ย 4.56) และ 5 ลำดับสุดท้าย คือ มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ(ค่าเฉลี่ย 3.28) ความหลากหลายของการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.15) การโฆษณา เช่น วิทยู ป้ายประกาศ นิตยสาร/วารสาร(ค่าเฉลี่ย 3.07) มีการรับชำระด้วยบัตรเครดิต(ค่าเฉลี่ย 3.00) มีบริการด้านอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนอะไหล่ต่างๆ เป็นต้น(ค่าเฉลี่ย 2.80)

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถ

4.1 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม บริการที่ใช้ในคาร์แคร์ จำแนกตาม
ประเภทรถ

บริการที่ใช้ในคาร์แคร์	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ล้างรถภายนอก	110	78.6	66	70.2	11	78.6
ล้างรถภายในและภายนอก	135	96.4	89	94.7	14	100.0
ขัดและเคลือบสี	26	18.6	17	18.1	5	35.7
ขัดเบาะ ทำความสะอาดพรม	15	10.7	12	12.8	3	21.4
เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/ไส้กรอง/อัด จารบี	26	18.6	22	23.4	4	28.6
เปลี่ยนอุปกรณ์อื่น เช่น ที่ปัดน้ำฝน	7	5.0	4	4.3	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย
ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถเก๋ง บริการที่ใช้ในคาร์แคร์มาก
ที่สุดคือ ล้างรถภายในและภายนอก ร้อยละ 96.4 รองลงมา ล้างรถภายนอก ร้อยละ 78.6 และขัดและ
เคลือบสี และเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/ไส้กรอง/อัดจารบี เท่ากัน ร้อยละ 18.6

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ บริการที่ใช้ในคาร์แคร์มากที่สุดคือ ล้างรถ
ภายในและภายนอก ร้อยละ 94.7 รองลงมา ล้างรถภายนอก ร้อยละ 70.2 และเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/
ไส้กรอง/อัดจารบี ร้อยละ 23.4

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทอื่นๆบริการที่ใช้ในคาร์แคร์มากที่สุดคือ ล้างรถภายใน
และภายนอก ร้อยละ 100.0 รองลงมา ล้างรถภายนอก ร้อยละ 78.6 และขัดและเคลือบสี ร้อยละ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์
จำแนกตามประเภทรถ

สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์บริการทั่วไป	103	73.6	72	76.6	10	71.4
ศูนย์บริการ ที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	89	63.6	58	61.7	9	64.3
ศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า	56	40.0	34	36.2	5	35.7
ศูนย์บริการเครือข่ายแฟรนไชส์	53	37.9	33	35.1	5	35.7

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย
ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถเก๋ง สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุดคือ ศูนย์บริการทั่วไป ร้อยละ 73.6 รองลงมา ศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน ร้อยละ 63.6 และศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 40.0

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ ศูนย์บริการทั่วไป ร้อยละ 76.6 รองลงมา ศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน ร้อยละ 61.7 และ ศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 36.2

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถอื่นๆ สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ ศูนย์บริการทั่วไป ร้อยละ 71.4 รองลงมา ศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน ร้อยละ 64.3 และ ศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า และศูนย์บริการเครือข่ายแฟรนไชส์ เท่ากัน ร้อยละ 35.7

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม การใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือน
จำแนกตามประเภทรถ

โดยเฉลี่ยท่านใช้บริการคาร์แคร์ ประมาณกี่ครั้งต่อเดือน	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง/เดือน	98	70.0	70	74.5	9	64.3
2 ครั้ง/เดือน	36	25.7	21	22.3	4	28.6
3 ครั้ง/เดือน	6	4.3	3	3.2	1	7.1
รวม	140	100.0	94	100.0	14	100.0

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้และรถบรรทุก

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถเก๋ง การใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือนมากที่สุดคือ การใช้บริการคาร์แคร์ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 70.0 รองลงมา 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 25.7 และ 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 4.3

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ การใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือนมากที่สุดคือ การใช้บริการคาร์แคร์ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 74.5 รองลงมา 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 22.3 และ 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 3.2

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถอื่นๆ การใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือนมากที่สุดคือ การใช้บริการคาร์แคร์ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 64.3 รองลงมา 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 28.6 และ 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด จำแนกตามประเภทรถ

วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์	20	14.3	10	10.6	4	28.6
วันพุธ	7	5.0	11	11.7	1	7.1
วันศุกร์	22	15.7	18	19.1	1	7.1
วันเสาร์ - อาทิตย์	82	58.6	45	47.9	8	57.1
วันหยุดนักขัตฤกษ์	9	6.4	10	10.6	0	0.0
รวม	140	100.0	94	100.0	14	100.0

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถเก๋ง วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ วันเสาร์ - อาทิตย์ ร้อยละ 58.6 รองลงมา วันศุกร์ ร้อยละ 15.7 และวันจันทร์ ร้อยละ 14.3

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ วันเสาร์ - อาทิตย์ ร้อยละ 47.9 รองลงมา วันศุกร์ ร้อยละ 19.1 และวันพุธ ร้อยละ 11.7

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถอื่นๆ วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ วันเสาร์ - อาทิตย์ ร้อยละ 57.1 รองลงมา วันจันทร์ ร้อยละ 28.6 และวันพุธ และวันศุกร์ ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด จำแนกตามประเภทรถ

ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8.00 - 12.00 น.	40	28.6	32	34.0	6	42.9
12.01 - 16.00 น.	40	28.6	28	29.8	4	28.6
16.01 - 20.00 น.	47	33.6	30	31.9	4	28.6
หลัง 20.00 น.	13	9.3	4	4.3	0	0.0
รวม	140	100.0	94	100.0	14	100.0

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถเก๋ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ 16.01 - 20.00 น. ร้อยละ 33.6 รองลงมา 8.00 - 12.00 น. และ 12.01-16.00 น. เท่ากัน ร้อยละ 28.6 และ หลัง 20.00 น. ร้อยละ 9.3

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ 8.00 - 12.00 น. ร้อยละ 34.0 รองลงมา 16.00-20.00 น. ร้อยละ 31.9 และ 8.00-12.00 น. ร้อยละ 34.0

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถอื่นๆ ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ 8.00 - 12.00 น. ร้อยละ 42.9 รองลงมา 12.01-16.00 น. และ 16.01-20.00 น. เท่ากัน ร้อยละ 28.6

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง จำแนกตามประเภทรถ

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200 บาท	65	46.4	38	40.4	4	28.6
201 - 400 บาท	59	42.1	41	43.6	10	71.4
มากกว่า 401 บาท	16	11.4	15	16.0	0	0.0
รวม	140	100.0	94	100.0	14	100.0

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้และรถบรรทุก

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถเก๋ง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุดคือ น้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 46.4 รองลงมา 201-400 บาท ร้อยละ 42.1 และ มากกว่า 401 บาท ร้อยละ 11.4

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุดคือ 201 - 400 บาท ร้อยละ 43.6 รองลงมาน้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 40.4 และ มากกว่า 401 บาท ร้อยละ 16.0

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถอื่นๆ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุดคือ 201 - 400 บาท ร้อยละ 71.4 รองลงมาน้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 28.6

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามเงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการ จำแนกตามประเภทรถ

เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการ	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระด้วยเงินสด	127	90.7	89	94.7	12	85.7
ชำระด้วยบัตรเครดิต	0	-	0	-	0	-
ชำระด้วยคูปองสมาชิก	13	9.3	5	5.3	2	14.3
รวม	140	100.0	94	100.0	14	100.0

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถเก๋ง เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการมากที่สุดคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 90.7 รองลงมา ชำระด้วยคูปองสมาชิก ร้อยละ 9.3 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการมากที่สุดคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 94.7 รองลงมา ชำระด้วยคูปองสมาชิก ร้อยละ 5.3 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถอื่นๆ เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการมากที่สุดคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 85.7 รองลงมา ชำระด้วยคูปองสมาชิก ร้อยละ 14.3

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม การรู้จักร้านค้าคาร์แคร์ที่ใช้บริการ จำแนกตามประเภทรถ

การรู้จักร้านค้าคาร์แคร์ที่ใช้บริการ	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีคนรู้จักแนะนำ	91	65.0	57	60.6	9	64.3
วิทยุท้องถิ่น	11	7.9	6	6.4	1	7.1
คู่มือจาก Website	6	4.3	3	3.2	1	7.1
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	16	11.4	13	13.8	0	0.0
ป้ายคัดเอาต์	86	61.4	57	60.6	9	64.3
นิตยสารท้องถิ่น	0	0.0	0	0.0	0	0.0
เจ้าของร้าน	37	26.4	22	23.4	1	7.1
พนักงานแนะนำ	17	12.1	10	10.6	3	21.4

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถเก๋ง การรู้จักร้านค้าคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ มีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 65.0 รองลงมา ป้ายคัดเอาต์ ร้อยละ 61.4 และเจ้าของร้าน ร้อยละ 26.4

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ การรู้จักร้านค้าคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ มีคนรู้จักแนะนำ และป้ายคัดเอาต์ เท่ากัน ร้อยละ 60.6 รองลงมา เจ้าของร้าน ร้อยละ 23.4 และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้อยละ 13.8

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถอื่นๆ การรู้จักร้านค้าคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ มีคนรู้จักแนะนำ และป้ายคัดเอาต์ เท่ากัน ร้อยละ 64.3 รองลงมา พนักงานแนะนำ ร้อยละ 21.4 และวิทยุท้องถิ่น คู่มือจาก Website และเจ้าของร้าน เท่ากัน ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการ จำแนกตามประเภทรถ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการ	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริการดีประทับใจ	66	47.1	46	48.9	9	64.3
เจ้าของร้าน	23	16.4	14	14.9	1	7.1
ชื่อเสียงร้าน	15	10.7	11	11.7	3	21.4
คุณภาพด้านความสะอาด	83	59.3	55	58.5	13	92.9
สะดวกต่อการเดินทาง	116	82.9	80	85.1	11	78.6
รวดเร็วในขั้นตอนบริการ	70	50.0	45	47.9	5	35.7
ราคาเหมาะสม	92	65.7	67	71.3	11	78.6
มีของสมนาคุณในการใช้บริการ	5	3.6	4	4.3	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถเก๋ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 82.9 รองลงมา ราคาเหมาะสม ร้อยละ 65.7 และคุณภาพด้านความสะอาด ร้อยละ 59.3

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 85.1 รองลงมา ราคาเหมาะสม ร้อยละ 71.3 และคุณภาพด้านความสะอาด ร้อยละ 58.5

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถอื่นๆ เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ คุณภาพด้านความสะอาด ร้อยละ 92.9 รองลงมา สะดวกต่อการเดินทาง และ ราคาเหมาะสม ร้อยละ 78.6 และ พนักงานบริการดีประทับใจ ร้อยละ 64.3

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการส่งเสริมการขายที่ชอบ จำแนกตามประเภทรถ

รายการส่งเสริมการขายที่ชอบ	ประเภทรถ					
	รถเก๋ง		รถกระบะ		รถอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คูโปงส่วนลด	84	60.0	48	51.1	9	64.3
แถมอุปกรณ์ทำความสะอาดรถ	40	28.6	27	28.7	4	28.6
ของพรีเมียม (แก้วน้ำ, น้ำขวด, ร่ม)	29	20.7	16	17.0	3	21.4
ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง	108	77.1	68	72.3	10	71.4
ล้างสีคูคฝุ่น 1 ฟรี ล้างสี 1 ครั้ง	45	32.1	31	33.0	4	28.6
สิทธิพิเศษ(ในการแลกของรางวัล)	5	3.6	4	4.3	1	7.1
สะสมแต้มแลกของรางวัล	21	15.0	14	14.9	2	14.3
Package (คูโปงจำหน่าย)	17	12.1	11	11.7	3	21.4
อื่นๆ	1	0.7	0	0.0	0	0.0

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย
ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้และรถบรรทุก

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถ รายการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุดคือ ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง ร้อยละ 77.7 รองลงมา คูโปงส่วนลด ร้อยละ 55.4 และ ล้างสีคูคฝุ่น 1 ฟรี ล้างสี 1 ครั้ง ร้อยละ 32.1

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถกระบะ รายการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุดคือ ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง ร้อยละ 72.3 รองลงมา คูโปงส่วนลด ร้อยละ 51.1 และล้างสีคูคฝุ่น 1 ฟรี ล้างสี 1 ครั้ง ร้อยละ 33.0

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทรถอื่นๆ รายการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุดคือ ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง ร้อยละ 71.4 รองลงมา คูโปงส่วนลด ร้อยละ 64.3 และแถมอุปกรณ์ทำความสะอาดรถ และล้างสีคูคฝุ่น 1 ฟรี ล้างสี 1 ครั้ง เท่ากัน ร้อยละ 28.6

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ จำแนกตามประเภทรถ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามประเภทรถ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทรถ		
	รถเก๋ง	รถกระบะ	รถอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของการให้บริการ	3.14 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน	3.73 (มาก)	3.83 (มาก)	3.57 (มาก)
การให้บริการเสริม เช่น เติมน้ำกลั่น, ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ, เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.64 (มาก)
มีบริการด้านอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนอะไหล่ต่างๆ เป็นต้น	2.83 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.03 (มาก)	4.13 (มาก)	4.07 (มาก)
คุณภาพด้านการบริการ	4.39 (มาก)	4.49 (มาก)	4.43 (มาก)
ให้ความสำคัญด้านความสะอาด	4.53 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน	4.55 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถเก๋งให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย

4.54) รองลงมาให้ความสำคัญด้านความสะอาด(ค่าเฉลี่ย 4.51) และคุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถกระบะให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมา ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.63) และคุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.57) และคุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทรถ

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทรถ		
	รถเก๋ง	รถกระบะ	รถอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม	4.32 (มาก)	4.41 (มาก)	4.29 (มาก)
การตั้งราคาของบริการเสริมต่างๆ	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)	3.71 (มาก)
มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	4.38 (มาก)	4.40 (มาก)	4.43 (มาก)
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง	4.22 (มาก)	4.26 (มาก)	4.43 (มาก)
ตั้งราคาค่าบริการใกล้เคียงกับร้านอื่น	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
มีการรับชำระด้วยบัตรเครดิต	2.98 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
มีส่วนลดเงินสด	3.44 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ราคาคงที่	4.05 (มาก)	4.14 (มาก)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถเก๋งให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.32) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถกระบะให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.40) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถอื่นๆให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.29) และ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทรถ

ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	ประเภทรถ		
	รถเก๋ง	รถกระบะ	รถอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง	4.60 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง	4.26 (มาก)	4.33 (มาก)	4.14 (มาก)
มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง	4.21 (มาก)	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)
มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)	4.29 (มาก)
มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุรถรับรถ, ห้องพักลูกค้า	4.04 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)
เวลาในการบริการเปิด-ปิด เหมาะสม	3.91 (มาก)	3.99 (มาก)	4.07 (มาก)
มีบริการโทรจองคิว(ทางโทรศัพท์)	3.34 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถเก๋งให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมา สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.26) และมีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถกระบะให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.13) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.13) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมา มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทรถ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทรถ		
	รถเก๋ง	รถกระบะ	รถอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	3.57 (มาก)
การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่	3.60 (มาก)	3.78 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
การโฆษณา เช่น วิทยู ป้ายประกาศ นิตยสาร/วารสาร	3.05 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี	3.40 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี	3.41 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
จัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม)	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ	3.26 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถเก๋งให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และจัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถกระบะให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และจัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมา การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ และมีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ และจัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามประเภทรถ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ประเภทรถ		
	รถเก๋ง	รถกระบะ	รถอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	4.42 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
พนักงานล้างรถมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และ คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)	4.29 (มาก)
พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.36 (มาก)
พนักงานล้างรถให้บริการมีเพียงพอต่อลูกค้า	4.44 (มาก)	4.43 (มาก)	4.36 (มาก)
พนักงานล้างรถให้บริการอย่างเสมอภาคและมีความสุภาพ	4.36 (มาก)	4.46 (มาก)	4.36 (มาก)
พนักงานรับรถมีความชำนาญในการจับเคลื่อนรถ	4.38 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
พนักงานรับมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	3.69 (มาก)	3.84 (มาก)	3.64 (มาก)
พนักงานประชาสัมพันธ์มีอริยชาติที่ดีในการให้บริการ	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)	4.43 (มาก)
พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ ,มีความซื่อสัตย์	4.34 (มาก)	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานในร้านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.07 (มาก)
พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)	4.24 (มาก)

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถเก๋งให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ พนักงานล้างรถให้บริการมีเพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) และพนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถกระบะให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมา พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.51) และพนักงานล้างรถให้บริการอย่างเสมอภาคและมีความสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ และพนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาพนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ ,มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และพนักงานประชาสัมพันธ์มีอริยาไยที่ดีในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทรถ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ประเภทรถ		
	รถเก๋ง	รถกระบะ	รถอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีชื่อเสียงด้านการบริการ	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)
ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	4.14 (มาก)
ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ	4.12 (มาก)	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)
บริเวณที่รอรับบริการมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
บริเวณที่รอรับบริการมีมุมเครื่องดื่ม(กาแฟ) สำหรับบริการ(ฟรี)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)	3.64 (มาก)
ภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น	3.74 (มาก)	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)
มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถเก๋งให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมา ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถกระบะให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.08) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถอื่นๆให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.04) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมา ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทรถ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ประเภทรถ		
	รถเก๋ง	รถกระบะ	รถอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.44 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
ความสะดวกในการเข้ารับบริการ	4.34 (มาก)	4.49 (มาก)	4.30 (มาก)
ระยะเวลาการรอรับบริการ(มีการจัดคิวลูกค้า)	4.21 (มาก)	4.37 (มาก)	4.29 (มาก)
มีระบบขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องตามคำสั่ง	4.18 (มาก)	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)
มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.22 (มาก)	4.23 (มาก)	4.21 (มาก)
มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ	4.59 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)

หมายเหตุ: ประเภทรถอื่นๆ ได้แก่ รถตู้ และรถบรรทุก

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถเก๋งให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.44) และความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถกระบะให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.80) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมา การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.53) และความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทรถเป็นรถอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.73) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมา การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36) และความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน

5.1 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ในคาร์แคร์ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

บริการที่ใช้ในคาร์แคร์	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	n=28		n=64		n=67		n=42	
ล้างรถภายนอก	20	71.4	50	78.1	48	71.6	35	83.3
ล้างรถภายในและภายนอก	27	96.4	61	95.3	63	94.0	42	100.0
ขัดและเคลือบสี	4	14.3	20	31.3	4	6.0	12	28.6
ขัดเบาะ ทำความสะอาดพรม	3	10.7	9	14.1	4	6.0	8	19.0
เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/ไส้กรอง/อัดจารบี	7	25.0	10	15.6	12	17.9	11	26.2
เปลี่ยนอุปกรณ์อื่น เช่น ที่ปัดน้ำฝน	1	3.6	3	4.7	3	4.5	1	2.4

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท บริการที่ใช้ในคาร์แคร์ มากที่สุดคือ ล้างรถภายในและภายนอก ร้อยละ 96.4 รองลงมา ล้างรถภายนอก ร้อยละ 71.4 และเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/ไส้กรอง/อัดจารบี ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท บริการที่ใช้ในคาร์แคร์มากที่สุดคือ ล้างรถภายในและภายนอก ร้อยละ 95.3 รองลงมา ล้างรถภายนอก ร้อยละ 78.1 และขัดและเคลือบสี ร้อยละ 31.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท บริการที่ใช้ในคาร์แคร์มากที่สุดคือ ล้างรถภายในและภายนอก ร้อยละ 94.0 รองลงมา ล้างรถภายนอก ร้อยละ 71.6 และเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง/ไส้กรอง/อัดจารบี ร้อยละ 17.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท บริการที่ใช้ในคาร์แคร์มากที่สุดคือ ล้างรถภายในและภายนอก ร้อยละ 100.0 รองลงมา ล้างรถภายนอก ร้อยละ 83.3 และขัดและเคลือบ สี ร้อยละ 28.6

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกใช้บริการ คาร์แคร์ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	n=28		n=64		n=67		n=42	
ศูนย์บริการทั่วไป	23	82.1	46	71.9	49	73.1	33	78.6
ศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	14	50.0	44	68.8	38	56.7	29	69.0
ศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า	12	42.9	20	31.3	25	37.3	16	38.1
ศูนย์บริการเครือข่ายแฟรนไชส์	11	39.3	23	35.9	22	32.8	14	33.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุดคือ ศูนย์บริการทั่วไป ร้อยละ 82.1 รองลงมา ศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน ร้อยละ 50.0 และศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 42.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุดคือ ศูนย์บริการทั่วไป ร้อยละ 71.9 รองลงมา ศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน ร้อยละ 68.8 และศูนย์บริการเครือข่ายแฟรนไชส์ ร้อยละ 35.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุดคือ ศูนย์บริการทั่วไป ร้อยละ 73.1 รองลงมา ศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน ร้อยละ 56.7 และศูนย์บริการเครือข่ายแฟรนไชส์ ร้อยละ 37.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท สถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุดคือ ศูนย์บริการทั่วไป ร้อยละ 78.6 รองลงมา ศูนย์บริการที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน ร้อยละ 69.0 และศูนย์บริการเครือข่ายแฟรนไชส์ ร้อยละ 38.1

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือน และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือน	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
1 ครั้ง/เดือน	24	85.7	44	68.8	48	71.6	29	69.0
2 ครั้ง/เดือน	3	10.7	18	28.1	17	25.4	10	23.8
3 ครั้ง/เดือน	1	3.6	2	3.1	2	3.0	3	7.1
รวม	28	100.0	64	100.0	67	100.0	42	100.0

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือน คือ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 85.7 รองลงมา 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 10.7 และ 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 3.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท ใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือนมากที่สุด คือ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 68.8 รองลงมา 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 28.1 และ 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 3.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือนมากที่สุด คือ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 71.6 รองลงมา 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 25.4 และ 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 3.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือนมากที่สุด คือ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 69.0 รองลงมา 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 23.8 และ 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุด และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
วันจันทร์	3	10.7	5	7.8	10	14.9	6	14.3
วันพุธ	3	10.7	7	10.9	2	3.0	4	9.5
วันศุกร์	3	10.7	7	10.9	19	28.4	4	9.5
วันเสาร์- อาทิตย์	16	57.1	39	60.9	30	44.8	27	64.3
วันหยุดนักขัตฤกษ์	3	10.7	6	9.4	6	9.0	1	2.4
รวม	28	100.0	64	100.0	67	100.0	42	100.0

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ วันเสาร์- อาทิตย์ ร้อยละ 57.1 รองลงมา วันจันทร์ วันพุธ วันศุกร์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ เท่ากัน ร้อยละ 10.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ วันเสาร์- อาทิตย์ ร้อยละ 60.9 รองลงมา วันพุธ วันศุกร์ เท่ากัน ร้อยละ 10.9 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 9.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ วันเสาร์- อาทิตย์ ร้อยละ 44.8 รองลงมา วันศุกร์ ร้อยละ 28.4 และวันจันทร์ ร้อยละ 14.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ วันเสาร์- อาทิตย์ ร้อยละ 64.3 รองลงมา วันจันทร์ ร้อยละ 14.3 และวันพุธ วันศุกร์ เท่ากัน ร้อยละ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
8.00- 12.00 น.	8	28.6	21	32.8	22	32.8	13	31.0
12.01 - 16.00 น.	7	25.0	20	31.3	16	23.9	13	31.0
16.01 - 20.00 น.	12	42.9	15	23.4	25	37.3	13	31.0
หลัง 20.00 น.	1	3.6	8	12.5	4	6.0	3	7.1
รวม	28	100.0	64	100.0	67	100.0	42	100.0

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ 16.01 - 20.00 น. ร้อยละ 42.9 รองลงมา 8.00 - 12.00 น. ร้อยละ 28.6 และ 12.01- 16.00 น. ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ 8.00 - 12.00 น. ร้อยละ 32.8 รองลงมา 12.01 - 16.00 น. ร้อยละ 31.3 และ 16.01 - 20.00 น. ร้อยละ 23.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ 16.01 - 20.00 น. ร้อยละ 37.3 รองลงมา 8.00 - 12.00 น. ร้อยละ 32.8 และ 12.01 - 16.00 น. ร้อยละ 23.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุดคือ 8.00 -12.00 น., 12.01 - 16.00 น.และ 16.01 - 20.00 น. เท่ากัน ร้อยละ 31.0 รองลงมา หลัง 20.00 น. ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้
บริการคาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
น้อยกว่า 200 บาท	12	42.9	27	42.2	28	41.8	21	50.0
201 - 400 บาท	12	42.9	29	45.3	29	43.3	18	42.9
มากกว่า 401 บาท	4	14.3	8	12.5	10	14.9	3	7.1
รวม	28	100.0	64	100.0	67	100.0	42	100.0

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุดคือ น้อยกว่า 200 บาท และ 201 - 400
บาท เท่ากัน ร้อยละ 42.9 รองลงมา 201-400 บาท ร้อยละ 14.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์
โดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุดคือ 201 - 400 บาท ร้อยละ 45.3 รองลงมา น้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 42.2
และ 201-400 บาท ร้อยละ 12.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์
โดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุดคือ 201 - 400 บาท ร้อยละ 43.3 รองลงมา น้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 41.8
และ 201-400 บาท ร้อยละ 14.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์
โดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุดคือ น้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 50.0 รองลงมา 100-200 บาท ร้อยละ 42.9
และ 201-400 บาท ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการ	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
ชำระด้วยเงินสด	27	96.4	60	93.8	62	92.5	36	85.7
ชำระด้วยบัตรเครดิต	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ชำระด้วยคูปองสมาชิก	1	3.6	4	6.3	5	7.5	6	14.3
รวม	28	100.0	64	100.0	67	100.0	42	100.0

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการมากที่สุดคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 96.4 รองลงมา ชำระด้วยคูปองสมาชิก ร้อยละ 3.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการมากที่สุดคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 93.8 รองลงมา ชำระด้วยคูปองสมาชิก ร้อยละ 6.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการมากที่สุดคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 92.5 รองลงมา ชำระด้วยคูปองสมาชิก ร้อยละ 7.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท เงื่อนไขในการชำระเงินค่าบริการมากที่สุดคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 85.7 รองลงมา ชำระด้วยคูปองสมาชิก ร้อยละ 14.3

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักร้านค้าที่ให้บริการ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การรู้จักร้านค้าที่ให้บริการ	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	n=28		n=64		n=67		n=42	
มีคนรู้จักแนะนำ	20	71.4	42	65.6	42	62.7	25	59.5
วิทยุท้องถิ่น	3	10.7	7	10.9	2	3.0	4	9.5
ดูข้อมูลจาก Website	3	10.7	0	-	2	3.0	3	7.1
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	5	17.9	8	12.5	5	7.5	6	14.3
ป้ายคัดเอาต์	14	50.0	39	60.9	44	65.7	24	57.1
นิตยสารท้องถิ่น	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
เจ้าของร้าน	6	21.4	11	17.2	20	29.9	11	26.2
พนักงานแนะนำ	3	10.7	6	9.4	8	11.9	7	16.7

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท การรู้จักร้านค้าที่ให้บริการมากที่สุดคือ มีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 71.4 รองลงมา ป้ายคัดเอาต์ ร้อยละ 50.0 และเจ้าของร้าน ร้อยละ 21.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท การรู้จักร้านค้าที่ให้บริการมากที่สุดคือ มีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 65.6 รองลงมา ป้ายคัดเอาต์ ร้อยละ 60.9 และเจ้าของร้าน ร้อยละ 17.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท การรู้จักร้านค้าที่ให้บริการมากที่สุดคือ ป้ายคัดเอาต์ ร้อยละ 65.7 รองลงมา มีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 62.7 และเจ้าของร้าน ร้อยละ 29.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท การรู้จักร้านค้าที่ให้บริการมากที่สุดคือมีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 59.5 รองลงมา ป้ายคัดเอาต์ ร้อยละ 57.1 และเจ้าของร้าน ร้อยละ 26.2

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ คาร์แคร์ที่ใช้บริการ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ ใช้บริการ	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	n=28		n=64		n=67		n=42	
พนักงานบริการดีประทับใจ	10	35.7	30	46.9	39	58.2	18	42.9
เจ้าของร้าน	4	14.3	12	18.8	8	11.9	8	19.0
ชื่อเสียงร้าน	2	7.1	12	18.8	2	3.0	8	19.0
คุณภาพด้านความสะอาด	12	42.9	40	62.5	43	64.2	26	61.9
สะดวกต่อการเดินทาง	25	89.3	53	82.8	60	89.6	31	73.8
รวดเร็วในขั้นตอนบริการ	14	50.0	31	48.4	36	53.7	16	38.1
ราคาเหมาะสม	20	71.4	47	73.4	35	52.2	34	81.0
มีของสมนาคุณในการใช้บริการ	1	3.6	5	7.8	0	-	2	4.8

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุด คือ สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 89.3 รองลงมา ราคาเหมาะสม ร้อยละ 71.4 และรวดเร็วในขั้นตอนบริการ ร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุด คือ สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 82.8 รองลงมา ราคาเหมาะสม ร้อยละ 73.4 และคุณภาพด้านความสะอาด ร้อยละ 62.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุด คือ สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 89.6 รองลงมา คุณภาพด้านความสะอาด ร้อยละ 64.2 และพนักงานบริการดีประทับใจ ร้อยละ 58.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสม ร้อยละ 81.0 รองลงมา สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 73.8 และคุณภาพด้านความสะอาด ร้อยละ 61.9

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายการส่งเสริมการขายที่ชอบ	รายได้ต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	n=28		n=64		n=67		n=42	
คูปองส่วนลด	17	60.7	37	57.8	31	46.3	28	66.7
แถมอุปกรณ์ทำความสะอาด	7	25.0	21	32.8	16	23.9	12	28.6
ของพรีเมียม (แก้วน้ำ, น้ำขวด, ร่ม)	2	7.1	17	26.6	18	26.9	4	9.5
ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง	23	82.1	51	79.7	44	65.7	34	81.0
ล้างสีคูคฝุ่น 1 ฟรี ล้างสี 1 ครั้ง	17	60.7	17	26.6	16	23.9	14	33.3
สิทธิพิเศษ(ในการแลกของรางวัล)	1	3.6	5	7.8	0	-	2	4.8
สะสมแต้มแลกของรางวัล	3	10.7	16	25.0	11	16.4	2	4.8
Package (คูปองจำหน่าย)	2	7.1	10	15.6	5	7.5	7	16.7
อื่นๆ		-		-		-	1	2.4

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รายการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุดคือ ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง ร้อยละ 82.21 รองลงมา คูปองส่วนลด, ล้างสีคูคฝุ่น 1 ฟรี ล้างสี 1 ครั้ง เท่ากัน ร้อยละ 60.7 และแถมอุปกรณ์ทำความสะอาด ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท รายการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุดคือ ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง ร้อยละ 79.7 รองลงมา คูปองส่วนลด ร้อยละ 57.8 และแถมอุปกรณ์ทำความสะอาด ร้อยละ 32.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท รายการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุดคือ ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง ร้อยละ 65.7 รองลงมา คูปองส่วนลด ร้อยละ 46.3 และของพรีเมียม (แก้วน้ำ, น้ำขวด, ร่ม) ร้อยละ 26.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท รายการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุดคือ ใช้บริการ 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง ร้อยละ 81.0 รองลงมา คูปองส่วนลด ร้อยละ 66.7 และล้างสีคูคฝุ่น 1 ฟรี ล้างสี 1 ครั้ง ร้อยละ 33.3

5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของการให้บริการ	3.29 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)
การให้บริการเสริม เช่น เติมน้ำกลั่น, ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ, เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	3.57 (มาก)	3.66 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.51 (มาก)
มีบริการด้านอื่นๆ เช่น การเปลี่ยน อะไหล่ต่างๆ เป็นต้น	2.96 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.04 (มาก)	4.17 (มาก)	3.93 (มาก)	4.21 (มาก)	4.08 (มาก)
คุณภาพด้านการบริการ	4.36 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
ให้ความสำคัญด้านความสะอาด	4.57 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิด ขึ้นกับรถของท่าน	4.71 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	3.72 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า
10,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ในปัจจัยย่อยให้
ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ คือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของ

ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมา ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.57) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.53) และคุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมา การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.48) และคุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.83) รองลงมา ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.67) และคุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม	4.29 (มาก)	4.41 (มาก)	4.34 (มาก)	4.36 (มาก)	4.36 (มาก)
การตั้งราคาของบริการเสริมต่างๆ	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)	3.51 (มาก)	3.95 (มาก)	3.80 (มาก)
มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	4.54 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.30 (มาก)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง	4.39 (มาก)	4.23 (มาก)	4.18 (มาก)	4.24 (มาก)	4.24 (มาก)
ตั้งราคาค่าบริการใกล้เคียงกับร้านอื่น	4.18 (มาก)	3.98 (มาก)	3.78 (มาก)	4.05 (มาก)	3.96 (มาก)
มีการรับชำระด้วยบัตรเครดิต	3.04 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
มีส่วนลดเงินสด	3.79 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ราคาคงที่	3.93 (มาก)	4.20 (มาก)	3.97 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.01 (มาก)	3.95 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.39) และราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.41) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.30) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ และการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง	4.54 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง	4.36 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)	4.45 (มาก)	4.28 (มาก)
มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง	4.14 (มาก)	4.22 (มาก)	4.22 (มาก)	4.36 (มาก)	4.24 (มาก)
มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)	4.12 (มาก)
มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุติบรรณ, ห้องพักรถลูกค้า	4.25 (มาก)	4.11 (มาก)	3.99 (มาก)	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)
เวลาในการบริการเปิด-ปิด เหมาะสม	4.25 (มาก)	4.03 (มาก)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)
มีบริการโทรจองคิว(ทางโทรศัพท์)	3.71 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)	3.99 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมา สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุติบรรณ, ห้องพักรถลูกค้า เวลาในการบริการเปิด-ปิด เหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ

ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีสถานที่รับรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือมีสถานที่รับรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.22) และสถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีสถานที่รับรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ	3.36 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อ ใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	4.07 (มาก)	3.78 (มาก)	3.64 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)
การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วง เทศกาลปีใหม่	4.11 (มาก)	3.72 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)
การโฆษณา เช่น วิทยุ ป้ายประกาศ นิตยสาร/วารสาร	3.18 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ แจกฟรี	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี	3.93 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
จัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม)	3.89 (มาก)	3.64 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)
มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ	3.50 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.69 (มาก)	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 59 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และมีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และจัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และจัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อใช้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมา การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และจัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านพนักงาน
ผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานด้านรถมีความรู้ ความชำนาญ ในการให้บริการ	4.39 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
พนักงานด้านรถมีความสามารถในการ ให้คำปรึกษา และคำแนะนำเกี่ยวกับ การบริการ	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)	3.85 (มาก)	4.43 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานด้านรถมีความกระตือรือร้นใน การให้บริการ	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.13 (มาก)	4.43 (มาก)	4.24 (มาก)
พนักงานด้านรถให้บริการมีเพียงพอต่อ ลูกค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.37 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
พนักงานด้านรถให้บริการอย่างเสมอ ภาคและมีความสุภาพ	4.32 (มาก)	4.47 (มาก)	4.33 (มาก)	4.45 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานรับรถมีความชำนาญในการ ขับเคลื่อนรถ	4.50 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.31 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
พนักงานรับมีความรู้ความสามารถใน การให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)
พนักงานประชาสัมพันธ์มีทัศนคติที่ดี ในการให้บริการ	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)
พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ ,มี ความซื่อสัตย์	4.18 (มาก)	4.41 (มาก)	4.18 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
พนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพ เหมาะสม	3.75 (มาก)	3.91 (มาก)	3.63 (มาก)	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)
พนักงานในร้านสามารถแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้	3.96 (มาก)	4.14 (มาก)	3.84 (มาก)	4.26 (มาก)	4.04 (มาก)
พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่ รวดเร็วและถูกต้อง	4.14 (มาก)	4.25 (มาก)	3.93 (มาก)	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.15 (มาก)	4.26 (มาก)	4.04 (มาก)	4.35 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 60 พบว่าปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานล้างรถให้บริการมีเพียงพอต่อลูกค้า พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานล้างรถให้บริการอย่างเสมอภาคและมีความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ พนักงานล้างรถให้บริการอย่างเสมอภาคและมีความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.47) และพนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือพนักงานล้างรถให้บริการมีเพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา พนักงานล้างรถให้บริการอย่างเสมอภาคและมีความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และพนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมา พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.69) และพนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีชื่อเสียงด้านการบริการ	3.79 (มาก)	4.02 (มาก)	3.78 (มาก)	4.10 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ	4.11 (มาก)	4.11 (มาก)	3.79 (มาก)	4.26 (มาก)	4.03 (มาก)
ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่ง เพียงพอ	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.04 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)
บริเวณที่รอรับบริการมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน	4.04 (มาก)	4.03 (มาก)	3.72 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)
บริเวณที่รอรับบริการมีมุมเครื่องดื่ม (กาแฟ) สำหรับบริการ(ฟรี)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)
ภายในร้านและภายนอกร้านมีการ ตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)
มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับ บริการ	4.39 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย	4.14 (มาก)	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)	3.87 (มาก)	4.11 (มาก)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 61 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือมีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือมี

ความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และความสะดวกของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ในปีจี้ย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ในปีจี้ย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และความสะดวกของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.57 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.46 (มาก)	4.48 (มาก)	4.48 (มาก)
ความสะดวกในการเข้ารับบริการ	4.32 (มาก)	4.44 (มาก)	4.43 (มาก)	4.36 (มาก)	4.40 (มาก)
ระยะเวลาการรอรับบริการ(มีการจัดคิว ลูกค้า)	4.36 (มาก)	4.28 (มาก)	4.19 (มาก)	4.36 (มาก)	4.28 (มาก)
มีระบบขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้อง ตามคำสั่ง	4.32 (มาก)	4.25 (มาก)	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)	4.24 (มาก)
มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.46 (มาก)	4.33 (มาก)	3.99 (มาก)	4.33 (มาก)	4.23 (มาก)
มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการ ส่งมอบ	4.79 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 62 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมา การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.57) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยใน

ระดับมาก คือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.47) และความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.46) และความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.48) และความสะดวกในการเข้ารับบริการ, ระยะเวลาการรอรับบริการ(มีการจัดคิวลูกค้า) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ส่วนที่ 6 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงในการใช้บริการคาร์แคร์

- การใช้วัสดุผลิตภัณฑ์คุณภาพต่ำ (5 ราย)
- ห้องรับรองลูกค้าไม่สะดวก คับแคบ (11 ราย)
- พนักงานล้างรถไม่มีความรู้เกี่ยวกับการล้างรถ (2 ราย)
- ส่งมอบรถไม่ตรงต่อเวลาที่นัดหมาย (15 ราย)
- คุณภาพในการล้างรถไม่ดีเท่าที่ควร (1 ราย)
- ใช้เวลาในการล้างนานเกินไป (ไม่ควรเกิน 1 ชม.) (3 ราย)
- งานบริการสาธารณะต้องมีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา รับผิดชอบทรัพย์สินของลูกค้า (1 ราย)