

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการแสวงหาโอกาสในการพัฒนาทางด้านการตลาด สามารถพัฒนาศักยภาพของร้านล้างอัดฉีดให้แข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ ชาย (ร้อยละ 51.75) อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ 53.00) สถานภาพโสด (ร้อยละ 66.75) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 73.50) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 56.00) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 71.25)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ใน

เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรถยนต์จำนวน 1 คัน (ร้อยละ 74.25) ใช้บริการล้างรถ และ/หรือ ดูแลฝุ่นภายในรถยนต์ (ร้อยละ 98.50) ใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียว (ร้อยละ 72.75) ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ 1 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 32.75) วันเสาร์-วันอาทิตย์ (ร้อยละ 62.00) เวลา 12.01-16.00 น. (ร้อยละ 41.00) และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 301 – 400 บาท (ร้อยละ 40.75)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้าน ล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ทำความสะอาดได้ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความระมัดระวังในการล้างรถ (ค่าเฉลี่ย 4.32) การรับประกันคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.02) สามารถบริการได้ครั้งละหลายๆ คัน (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการด้านอื่นๆ เช่น อุปกรณ์ประดับยนต์ (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าบริการต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาของบริการเสริมต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และราคาอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.11) ช่วงเวลาการเปิดปิดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.01) ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.96) การสะสมจำนวนครั้งในการใช้บริการ เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการรับ-ส่งรถที่มารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.14) สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.12) การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร (ค่าเฉลี่ย 2.89) และการโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 2.63) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ระยะเวลาในการรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.01) การทักทายต้อนรับเมื่อเข้าไปในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.77) การประสานงานระหว่างแผนกที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีการสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.19) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความรู้และความชำนาญของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.34) อธิษาศัยและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.28) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) พนักงานพูดจาดีใช้ถ้อยคำเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการแก้ปัญหาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และพนักงานแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ปัจจัยด้านกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.33) สถานที่ที่กว้างขวาง ที่นั่งพอเพียง สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) บริเวณที่รอรับรถติดแอร์เย็นสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีอุปกรณ์และ

เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) การตกแต่งสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.84) บริเวณที่รองรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีน้ำดื่มและเครื่องดื่ม (กาแฟ) บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78) การเปิดเพลงเบาๆ ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.70) และความมีชื่อเสียงของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตารางที่ 60 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและปัจจัยย่อยลำดับแรก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร

ลำดับ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยรวม	ปัจจัยย่อยลำดับแรก	ค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อย
1	ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ	4.19	ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.36
2	ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.94	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.17
3	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.93	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.45
4	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.90	ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.14
5	ปัจจัยด้านกายภาพ	3.87	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.33
6	ปัจจัยด้านราคา	3.57	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.07
7	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.29	การลดราคา	3.96

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาสามารถสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 61-67

ตารางที่ 61 แสดง ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือก ร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานครเป็นลำดับแรก

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความสำคัญเป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ย
เพศชาย	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.45
เพศหญิง	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.45
อายุไม่เกิน 30 ปี	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.39
อายุมากกว่า 30 ปี	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.51
อาชีพธุรกิจส่วนตัว	ความระมัดระวังในการล้างรถ	4.45
พนักงานบริษัทเอกชน	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.45
พนักงานรัฐบาล	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.44
อาชีพอื่นๆ	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.52
รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.57
รายได้ 20,001-30,000 บาท	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.41
รายได้สูงกว่า 30,001 บาท	ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	4.41

จากตารางที่ 61 พบว่า

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์เรื่องทำความสะอาดได้ทั่วถึงเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์เรื่องทำความสะอาดได้ทั่วถึงเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องทำความสะอาดได้ทั่วถึงเป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญเรื่องความระมัดระวังในการล้างรถเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องทำความสะอาดได้ทั่วถึงเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 62 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือก ร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานครเป็นลำดับแรก

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านราคาที่มีระดับความสำคัญเป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ย
เพศชาย	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	3.99
เพศหญิง	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.16
อายุไม่เกิน 30 ปี	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.10
อายุมากกว่า 30 ปี	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.04
อาชีพธุรกิจส่วนตัว	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.08
พนักงานบริษัทเอกชน	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.08
พนักงานรัฐบาล	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	3.99
อาชีพอื่นๆ	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.30
รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.22
รายได้ 20,001-30,000 บาท	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.03
รายได้สูงกว่า 30,001 บาท	ราคาค่าบริการต่อครั้ง	4.00

จากตารางที่ 62 พบว่า

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านราคาค่าบริการต่อครั้งเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านราคาค่าบริการต่อครั้งเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านราคาค่าบริการต่อครั้งเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาค่าบริการต่อครั้งเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 63 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือก ร้าน
ล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เป็นลำดับแรก

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีระดับความสำคัญ เป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ย
เพศชาย	ความสะดวกในการจอดรถ	4.09
เพศหญิง	ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.26
อายุไม่เกิน 30 ปี	ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.15
อายุมากกว่า 30 ปี	ความสะดวกในการจอดรถ	4.15
อาชีพธุรกิจส่วนตัว	ความสะดวกในการจอดรถ	3.97
พนักงานบริษัทเอกชน	ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.17
พนักงานรัฐบาล	ความสะดวกในการจอดรถ	4.17
อาชีพอื่นๆ	ความสะดวกในการจอดรถ	4.61
รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท	ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.35
รายได้ 20,001-30,000 บาท	ความสะดวกในการจอดรถ	4.13
รายได้สูงกว่า 30,001 บาท	ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน และช่วงเวลาการเปิดปิดของร้าน	4.00

จากตารางที่ 63 พบว่า

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องความสะดวกในการจอดรถเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศ
หญิงให้ความสำคัญเรื่องที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญต่อ
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มี
อายุมากกว่า 30 ปีให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการจอดรถเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องความสะดวกในการจอดรถเป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่
มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญเรื่องที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่องที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน
เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่อง

ความสะดวกในการจอดรถ เป็นลำดับแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 30,001 บาทให้ความสำคัญเรื่องที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านและช่วงเวลาการเปิดปิดของร้านเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 64 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือก ร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เป็นลำดับแรก

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความสำคัญเป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ย
เพศชาย	การลดราคา	3.88
เพศหญิง	การลดราคา	4.05
อายุไม่เกิน 30 ปี	การลดราคา	3.96
อายุมากกว่า 30 ปี	การลดราคา	3.96
อาชีพธุรกิจส่วนตัว	การลดราคา	3.82
พนักงานบริษัทเอกชน	การลดราคา	3.96
พนักงานรัฐบาล	การลดราคา	4.01
อาชีพอื่นๆ	การลดราคา	4.13
รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท	การลดราคา	3.96
รายได้ 20,001-30,000 บาท	การลดราคา	3.98
รายได้สูงกว่า 30,001 บาท	การลดราคา	3.73

จากตารางที่ 64 พบว่า

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการลดราคาเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการลดราคาเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการลดราคาเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการลดราคาเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 65 แสดง ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือก ร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เป็นลำดับแรก

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญเป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ย
เพศชาย	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.14
เพศหญิง	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.21
อายุไม่เกิน 30 ปี	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.19
อายุมากกว่า 30 ปี	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.15
อาชีพธุรกิจส่วนตัว	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.18
พนักงานบริษัทเอกชน	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.11
พนักงานรัฐบาล	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.26
อาชีพอื่นๆ	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.43
รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.26
รายได้ 20,001-30,000 บาท	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.15
รายได้สูงกว่า 30,001 บาท	มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.14

จากตารางที่ 65 พบว่า

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านกระบวนการเรื่องมีการให้บริการที่รวดเร็วเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านกระบวนการเรื่องมีการให้บริการที่รวดเร็วเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการเรื่องมีการให้บริการที่รวดเร็วเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการเรื่องมีการให้บริการที่รวดเร็วเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 66 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือก ร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เป็นลำดับแรก

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการที่มีระดับความสำคัญเป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ย
เพศชาย	ความรู้และความชำนาญของพนักงาน	4.34
เพศหญิง	ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.40
อายุไม่เกิน 30 ปี	ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.30
อายุมากกว่า 30 ปี	ความรู้และความชำนาญของพนักงาน	4.44
อาชีพธุรกิจส่วนตัว	ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.42
พนักงานบริษัทเอกชน	ความรู้และความชำนาญของพนักงาน	4.35
พนักงานรัฐบาล	ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.51
อาชีพอื่นๆ	ความรู้และความชำนาญของพนักงาน	4.61
รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท	ความรู้และความชำนาญของพนักงาน	4.53
รายได้ 20,001-30,000 บาท	ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.33
รายได้สูงกว่า 30,001 บาท	ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.36

จากตารางที่ 66 พบว่า

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศ ชายให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านบุคคลผู้ให้บริการเรื่องความรู้และความชำนาญของพนักงานเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงานเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการเรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงานเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีให้ความสำคัญเรื่องความรู้และความชำนาญของพนักงานเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวและพนักงาน รัฐบาลให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ เรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงาน เป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญเรื่องความรู้และความชำนาญของพนักงานเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านบุคคลผู้ให้บริการ เรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงาน เป็นลำดับแรก

ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญ เรื่องความรู้ และความชำนาญของพนักงานเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 67 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เป็นลำดับแรก

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านกายภาพที่มีระดับความสำคัญเป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ย
เพศชาย	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.31
เพศหญิง	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.34
อายุไม่เกิน 30 ปี	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.30
อายุมากกว่า 30 ปี	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.35
อาชีพธุรกิจส่วนตัว	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.17
พนักงานบริษัทเอกชน	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.32
พนักงานรัฐบาล	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.49
อาชีพอื่นๆ	สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งพอเพียง สะดวกสบาย	4.26
รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.35
รายได้ 20,001-30,000 บาท	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.32
รายได้สูงกว่า 30,001 บาท	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	4.23

จากตารางที่ 67 พบว่า

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านกายภาพเรื่องความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านกายภาพเรื่องความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพ เรื่องความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ เป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญเรื่องสถานที่ที่กว้างขวาง ที่นั่งพอเพียง สะดวกสบายเป็นลำดับ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพเรื่องความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำเป็นลำดับแรก

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน

กรุงเทพมหานคร

จาก การศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร ทุกปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.17) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.96) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 2.93) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.91) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.89) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.82) ไม่ทราบค่าบริการก่อนบริการล้างรถ (ค่าเฉลี่ย 2.81) การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.80) และไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.74) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน

กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 68

ตารางที่ 68 แสดงระดับของปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เป็นลำดับแรก

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการที่มีระดับปัญหาเป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ย
เพศชาย	ล้างรถไม่สะอาด	3.52
เพศหญิง	ล้างรถไม่สะอาด	3.34
อายุไม่เกิน 30 ปี	ล้างรถไม่สะอาด	3.45
อายุมากกว่า 30 ปี	ล้างรถไม่สะอาด	3.42
อาชีพธุรกิจส่วนตัว	ล้างรถไม่สะอาด	3.39
พนักงานบริษัทเอกชน	ล้างรถไม่สะอาด	3.46
พนักงานรัฐบาล	ล้างรถไม่สะอาด	3.39
อาชีพอื่นๆ	ล้างรถไม่สะอาด และรถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ	3.52
รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท	ล้างรถไม่สะอาด	3.71
รายได้ 20,001-30,000 บาท	ล้างรถไม่สะอาด	3.36
รายได้สูงกว่า 30,001 บาท	ล้างรถไม่สะอาด	3.23

จากตารางที่ 68 พบว่า

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศ พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เรื่องล้างรถไม่สะอาดเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เรื่องล้างรถไม่สะอาดเป็นลำดับแรก

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เรื่องล้างรถไม่สะอาดเป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ พบปัญหาเรื่องล้างรถไม่สะอาดและรถเกิดความเสียหายจากการให้บริการเป็นลำดับแรก

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เรื่องล้างรถไม่สะอาดเป็นลำดับแรก

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญที่พบมาอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ทำความสะอาดได้ทั่วถึง สอดคล้องกับงานศึกษาของ รัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษา รถยนต์ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ทำความสะอาดได้ทั่วถึงและความระมัดระวังในการล้างรถ แต่ ไม่ สอดคล้องกับงานศึกษาของ วงศ์เดือน สัตย์สมนึก (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การใช้วัสดุอุปกรณ์คุณภาพ ดี มีสีหือ และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีการรักษา สภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์

ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับ แรกคือ ราคาค่าบริการต่อครั้ง สอดคล้องกับงานศึกษาของ รัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ของ พนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับ มากลำดับแรกคือ ราคาค่าบริการต่อครั้ง สอดคล้องกับงานศึกษาของ วงศ์เดือน สัตย์สมนึก (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การ ตั้งราคาบริการที่เหมาะสมและการแจ้งให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลงราคาและ สอดคล้อง กับงานศึกษาของ กิจพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผล ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ในระดับมาก ลำดับแรกคือ ที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน สอดคล้องกับงานศึกษาของ วงศ์เดือน สัตย์สมนึก (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านล้างอัดฉีด

รถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ชุมชนและสะดวกต่อการเดินทาง ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ รัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสะดวกในการจอดรถ และไม่ สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การลดราคา สอดคล้องกับงานศึกษาของ รัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การลดราคาในบางโอกาส ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วงศ์เดือน สัตย์สมนึก (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย ไม่ สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง

ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่รวดเร็ว สอดคล้องกับงานศึกษาของ รัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่รวดเร็ว ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วงศ์เดือน สัตย์สมนึก (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการให้บริการตามคิวก่อน-หลัง ไม่ สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม

ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ ปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน สอดคล้องกับงานศึกษาของ รัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วงศ์เดือน สัตย์สมนึก (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ

ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ สอดคล้องกับงานศึกษาของ รัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ และสอดคล้องกับงานศึกษาของ กิจรพงษ์ อินโต (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อยแต่ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วงศ์เดือน สัตย์สมนึก (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การมีความปลอดภัยในทรัพย์สินภายในรถยนต์

ข้อค้นพบ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคาเรื่องราคาค่าบริการต่อครั้ง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการลดราคา และให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการเรื่องมีการให้บริการที่รวดเร็วเป็นลำดับแรก
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องทำความสะอาดได้ทั่วถึงเป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญเรื่องความระมัดระวังในการล้างรถเป็นลำดับแรก
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องความสะดวกในการจอดรถเป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง อายุไม่เกิน 30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านเป็นลำดับแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,001 บาท ให้ความสำคัญเรื่องที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านและช่วงเวลาการเปิดปิดของร้านเป็นลำดับแรก
4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการเรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงานเป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย อายุไม่เกิน 30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพอื่นๆ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญเรื่องความรู้และความชำนาญของพนักงานเป็นลำดับแรก
5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกายภาพเรื่องความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำเป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญเรื่องสถานที่กว้างขวาง ที่นั่งเพียงพอ สะดวกสบายเป็นลำดับแรก
6. ปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีด 3 ลำดับแรกคือ ล้างรถไม่สะอาด (ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ) รองลงมาคือ รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ) และราคาค่าบริการแพงเกินไป (ปัญหาด้านราคา) โดยพบปัญหาในระดับปานกลาง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและพบปัญหาลำดับแรกเป็นเรื่องเดียวกันคือ คุณภาพของการทำความสะอาดรถยนต์
7. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาเรื่องล้างรถไม่สะอาดเป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ พบปัญหาล้างรถไม่สะอาดและรถเกิดความเสียหายจากการให้บริการเป็นลำดับแรก

8. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐบาล และ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจพบปัญหาเรื่องราคาค่าบริการแพงเกินไป โดยพบปัญหาในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

การศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ โดยให้ความสำคัญใน ระดับมาก และจากผลการศึกษาปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร เป็นลำดับแรกคือ ล้างรถไม่สะอาด (ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ) โดยพบปัญหาในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและมุ่งพัฒนาปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการเป็นลำดับแรก และต้องมีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ควบคู่กัน ไปเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จึงขอเสนอแนะ โดยเรียงลำดับตามความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ในเขตบางบอน กรุงเทพมหานครดังนี้

ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการมีความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อย เรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงาน มีความสำคัญระดับมากเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน ทั้งนี้ปัจจัยย่อยเรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงานเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการตรวจสอบได้ยาก จึงต้องหมั่นสังเกตพนักงานในระหว่างการทำงาน หรือมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อสังเกตการณ์ทำงานของพนักงาน และควรฝึกอบรมเพิ่มความรู้และความชำนาญให้กับพนักงาน เพราะผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยเรื่องความรู้ความชำนาญของพนักงาน มีความสำคัญระดับมากเป็นลำดับที่สอง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรอบรมความรู้ให้แก่พนักงานทุกคนในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท การนำเสนอและแนะนำผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลูกค้า ความรู้ความสามารถในการอธิบาย เป็นต้น

ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อย เรื่องมีการให้บริการที่รวดเร็วมีความสำคัญระดับมากเป็นลำดับแรก ดังนั้น

ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดเวลาโดยประมาณในแต่ละรายการเพื่อให้พนักงานปฏิบัติตามได้อย่างเหมาะสมตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ มีการแจ้งเวลาในการให้บริการแก่ลูกค้าก่อนให้บริการ หรือมีการแจ้งเวลาในการให้บริการในป้ายบอกค่าราคาสervis เมื่อเกิดความล่าช้าในการให้บริการ ต้องมีการแจ้งให้ลูกค้ารับทราบ เพื่อไม่ให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจและเมื่อนำมาในการรอรถยนต์

ปัจจัยด้านกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกายภาพมีความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยปัจจัยย่อยเรื่องความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำมีความสำคัญระดับมากเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรดูแลรักษาสถานที่ให้บริการ ที่นั่งรอรถยนต์ ห้องน้ำ ให้มีความสะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ จัดสภาพภูมิทัศน์ของร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ให้เป็นสัดส่วน กว้างขวาง ลูกค้าสามารถนั่งรอรถยนต์ได้อย่างสะดวกสบาย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยปัจจัยย่อย เรื่องที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านมีความสำคัญระดับมากเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เขตที่มีบ้านพักอาศัยอยู่มาก มีพื้นที่ที่กว้างขวาง สะดวกในการจอดรถ สามารถเดินทางมาใช้บริการสะดวก เช่น ตั้งอยู่บนถนนที่มีการคมนาคมสะดวก มีการเปิดให้บริการทุกวัน เวลาตั้งแต่ 8.00-20.00 น. ซึ่งเป็นวันและช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการมีความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยปัจจัยย่อยเรื่องทำความสะอาดได้ทั่วถึงมีความสำคัญระดับมากเป็นลำดับแรก ซึ่งปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในระดับปานกลางลำดับแรกเช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดทำมาตรฐานการให้บริการของพนักงาน โดยมีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานและให้บริการอย่างละเอียดชัดเจน มีการฝึกอบรมให้พนักงานสามารถปฏิบัติตามระบบที่จัดทำขึ้นได้อย่างถูกต้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อป้องกันการให้บริการทำความสะอาดรถยนต์ไม่ทั่วถึงครบถ้วน

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยปัจจัยย่อย เรื่องราคาค่าบริการต่อครั้งมีความสำคัญระดับมากเป็นลำดับแรก และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในระดับปานกลางเป็นลำดับที่สามคือ ราคาค่าบริการแพงเกินไป ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำหนดราคาค่าบริการ ค่าสมาชิก หรือบริการเสริมอื่นๆ เช่น มีระดับราคาปกติ ระดับราคาสำหรับสมาชิก มีราคาแยกสำหรับค่าบริการแต่ละขั้นตอน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลากหลายกลุ่มที่เข้าใช้บริการ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือก ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เหมาะสมกับรายการที่ลูกค้าเข้ารับบริการและคุณภาพในการให้บริการ ผลลัพธ์ที่ความสะอาดและผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ใช้ในการทำความสะอาด เพราะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกร้านล้างอัดฉีดรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยปัจจัยย่อย เรื่องการลดราคามีความสำคัญระดับมากเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดรายการส่งเสริมการขายโดยมีการลดราคาสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในวัน และเวลาที่มีผู้ให้บริการน้อย หรือมีการให้ส่วนลดกับผู้ใช้บริการบางกลุ่มอาชีพที่มีการใช้บริการน้อย เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการใช้บริการของลูกค้ารายใหม่และลูกค้ารายเดิมมีการใช้บริการมากขึ้น