

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ โดยออกแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานที่เคยใช้บริการล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุด มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ประกอบอาชีพอิสระ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท เป็นเจ้าของรถประเภทรถกระบะมากที่สุด ประเภทบริการที่ใช้ในสถานบริการล้างอัดฉีดมากที่สุด คือ ล้างสี ถูฝุ่น ส่วนใหญ่สถานที่ใช้บริการล้าง อัด นีด คือ ศูนย์บริการทั่วไป ใช้บริการล้าง อัด นีด โดยเฉลี่ย 2 ครั้ง/เดือน วันที่มาใช้บริการมากที่สุดคือ วันเสาร์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการล้าง อัด นีด มากที่สุด คือ 12.01 - 16.00 น. ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการล้าง อัด นีด โดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ 200 - 400 บาท ส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระเงินค่าบริการล้าง อัด นีด ด้วยเงินสด รู้จักสถานบริการล้าง อัด นีด โดยได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการล้าง อัด นีด มากที่สุด คือ คุณภาพด้านความสะอาด และรายการส่งเสริมการขายหรือการบริการเสริมที่ชอบมากที่สุด คือ มีห้องพักรับรอง นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ไว้บริการ

##### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

เมื่อนำค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย จะได้ข้อมูลดังตารางที่ 52

ตารางที่ 52 แสดงการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ด้านกระบวนการ	4.77	มากที่สุด
2	ด้านการจัดจำหน่าย	4.69	มากที่สุด
3	ด้านหลักฐานทางกายภาพ	4.68	มากที่สุด
4	ด้านบุคลากร	4.63	มากที่สุด
5	ด้านราคา	4.43	มาก
6	ด้านผลิตภัณฑ์	4.41	มาก
7	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09	มาก

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ โดยเรียงจากลำดับความสำคัญสูงสุดได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

เมื่อนำค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยทั้งหมดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย จะได้ข้อมูลดังตารางที่ 53

ตารางที่ 53 แสดงการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	บุคลากร	5.00	มากที่สุด
2	ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา	กระบวนการ	4.93	มากที่สุด
3	มีการให้บริการล้างรถได้สะอาดครบถ้วนทุกจุด	กระบวนการ	4.90	มากที่สุด
4	มีการตรวจสอบสภาพรถก่อนให้บริการและแจ้งความเสียหายที่พบเจอให้ลูกค้าทราบ	กระบวนการ	4.87	มากที่สุด

ตารางที่ 53 แสดงการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ  
ล้างอัดฉีด ในอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
5	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง	การจัดจำหน่าย	4.86	มากที่สุด
6	การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการบริการ	ราคา	4.82	มากที่สุด
7	มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ	หลักฐานทางกายภาพ	4.82	มากที่สุด
8	ความสะดวกในการเข้ารับบริการ เช่น ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยาก	กระบวนการ	4.82	มากที่สุด
9	มีการรับผิดชอบต่อความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ	ผลิตภัณฑ์	4.81	มากที่สุด
10	พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	บุคลากร	4.81	มากที่สุด
11	ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ	หลักฐานทางกายภาพ	4.81	มากที่สุด
12	มีสถานที่ที่จอดรถที่กว้างขวาง	หลักฐานทางกายภาพ	4.81	มากที่สุด
13	มีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการแก่ลูกค้า	กระบวนการ	4.81	มากที่สุด
14	ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ	ผลิตภัณฑ์	4.79	มากที่สุด
15	การให้บริการที่รวดเร็ว	กระบวนการ	4.72	มากที่สุด
16	มีความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า	ผลิตภัณฑ์	4.70	มากที่สุด
17	มีป้ายบอกทำเลที่ตั้งอย่างชัดเจน	การจัดจำหน่าย	4.70	มากที่สุด
18	พนักงานมีความสุขภาพในการให้บริการลูกค้า	บุคลากร	4.70	มากที่สุด
19	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง	หลักฐานทางกายภาพ	4.70	มากที่สุด
20	ห้องพักรับรองลูกค้ากว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอต่อลูกค้า	หลักฐานทางกายภาพ	4.70	มากที่สุด
21	มีการรับชำระเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	กระบวนการ	4.70	มากที่สุด
22	มีห้องพักรับรองสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ	การจัดจำหน่าย	4.69	มากที่สุด
23	สามารถฝากและรับรถคืนได้นอกช่วงเวลาทำการ	กระบวนการ	4.63	มากที่สุด
24	มีป้ายแสดงราคาค่าบริการ และการบริการที่ชัดเจน	ราคา	4.61	มากที่สุด

ตารางที่ 53 แสดงการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ  
ล้าง อัด นีด ในอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
25	พนักงานรับรถสามารถให้คำปรึกษา และคำแนะนำ เกี่ยวกับการบริการ	บุคลากร	4.61	มากที่สุด
26	พนักงานล้างรถมีเพียงพอต่อการให้บริการต่อลูกค้า	บุคลากร	4.61	มากที่สุด
27	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค (การจัดลำดับการให้บริการ)	บุคลากร	4.61	มากที่สุด
28	มีการทำงานที่ถูกต้องตามคำสั่งของลูกค้า	กระบวนการ	4.61	มากที่สุด
29	มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ, ห้องพัก รับรอง	การจัดจำหน่าย	4.52	มากที่สุด
30	มีเครื่องดื่ม กาแฟ และวารสารสำหรับลูกค้าที่มาใช้ บริการฟรี	หลักฐานทางกายภาพ	4.51	มากที่สุด
31	ภายในร้าน และภายนอกร้านมีการตกแต่งให้มีความ ร่มรื่น	หลักฐานทางกายภาพ	4.45	มาก
32	การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษ ต่างๆ	การส่งเสริมการตลาด	4.44	มาก
33	ราคาในการให้บริการต่อครั้งถูกกว่าร้านอื่น	ราคา	4.42	มาก
34	ใช้เทคโนโลยี และเครื่องมือที่ทันสมัยในการ ให้บริการ	ผลิตภัณฑ์	4.40	มาก
35	มีบัตรกำนัล หรือคูปองส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ	การส่งเสริมการตลาด	4.40	มาก
36	พนักงานขายให้คำแนะนำและข้อมูลในการ ให้บริการที่ตรงความต้องการของลูกค้า	การส่งเสริมการตลาด	4.31	มาก
37	การตั้งราคาของบริการเสริมที่เหมาะสม เช่น มีการ ขายเป็น Package ล้างรถ 5 ครั้งแถม 1 ครั้ง เป็นต้น	ราคา	4.20	มาก
38	มีรูปแบบการบริการให้เลือกหลากหลาย	ผลิตภัณฑ์	4.13	มาก
39	มีการรับชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	ราคา	4.09	มาก
40	พนักงานที่ให้บริการแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ	บุคลากร	4.04	มาก
41	การสมัครสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษในการบริการต่างๆ	การส่งเสริมการตลาด	4.03	มาก
42	มีเอกสารที่ให้ความรู้ในการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี	การส่งเสริมการตลาด	4.00	มาก

ตารางที่ 53 แสดงการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลักด้าน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
43	การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายประกาศ วิทยู	การส่งเสริมการตลาด	3.73	มาก
44	มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม และบริการสังคม	การส่งเสริมการตลาด	3.71	มาก
45	การมีบริการอื่น เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ตั้ง ศูนย์ถ่วงล้อ	ผลิตภัณฑ์	3.64	มาก

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด โดยเรียงลำดับความสำคัญสูงสุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมาได้แก่ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา มีการให้บริการล้างรถได้สะอาดครบถ้วนทุกจุด มีการตรวจสอบสภาพรถก่อนให้บริการและแจ้งความเสียหายที่พบเจอให้ลูกค้าทราบ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า นอกจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ แต่ปัจจัยด้านกระบวนการก็เป็นปัจจัยหลักที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน เนื่องจากภายใต้การเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า 5 อันดับแรก เป็นปัจจัยด้านกระบวนการ 3 ลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

เมื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มาทำการจำแนกตามเพศ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้าน สามารถสรุปดังตารางที่ 54

ตารางที่ 54 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลสูงสุดในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ล้าง อัด นีด	
	เพศชาย	เพศหญิง
ผลิตภัณฑ์	ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.84)	มีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.75)
ราคา	การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.81)	การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.86)
การจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย = 4.88)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย = 4.78)
การส่งเสริมการตลาด	การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ หรือ มีบัตรกำนัล หรือคูปองส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.41)	การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.51)
บุคลากร	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 5.00)	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 5.00)
หลักฐานทางกายภาพ	ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ หรือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.81)	มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.86)
กระบวนการ	ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย = 4.91)	ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย = 4.98)

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมี

ความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นิด ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ

### 3.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นิด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

เมื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นิด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มาทำการจำแนกตามอายุ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้าน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 55

ตารางที่ 55 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นิด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลสูงสุดในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อย			
	ต่ำกว่า 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ผลิตภัณฑ์	มีการรับผิดชอบ ความเสียหายของ ทรัพย์สินให้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.86)	มีการรับผิดชอบ ความเสียหายของ ทรัพย์สินให้แก่ลูกค้า ที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.80)	ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่ มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.83)	มีการรับผิดชอบ ความเสียหายของ ทรัพย์สินให้แก่ ลูกค้าที่มาใช้ บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.81)

ตารางที่ 55 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด ฉีด ในอำเภอ  
ฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลสูงสุดในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม  
(ต่อ)

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อย			
	ต่ำกว่า 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ราคา	การแจ้งราคา และ การบริการให้ลูกค้า ทราบก่อนการ ให้บริการ และใน กรณีมีการ เปลี่ยนแปลงการ บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.84)	การแจ้งราคา และ การบริการให้ลูกค้า ทราบก่อนการ ให้บริการ และใน กรณีมีการ เปลี่ยนแปลงการ บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.80)	การแจ้งราคา และ การบริการให้ลูกค้า ทราบก่อนการ ให้บริการ และใน กรณีมีการ เปลี่ยนแปลงการ บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.79)	การแจ้งราคา และ การบริการให้ ลูกค้าทราบก่อน การให้บริการ และในกรณีมีการ เปลี่ยนแปลงการ บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.88)
การจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ ให้บริการสะดวกต่อ การเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.92)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ ให้บริการสะดวกต่อ การเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.83)	มีป้ายบอกทำเลที่ตั้ง อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.81)	ทำเลที่ตั้งของ สถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการ เดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.91)
การส่งเสริม การตลาด	การสะสมจำนวนครั้ง ที่ใช้บริการเพื่อรับ สิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.48)	มีบัตรกำนัล หรือ คูปองส่วนลดในการ ใช้บริการอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.52)	การสะสมจำนวน ครั้งที่ใช้บริการเพื่อ รับสิทธิพิเศษต่างๆ หรือ มีบัตรกำนัล หรือคูปองส่วนลด ในการใช้บริการ อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.43)	พนักงานขายให้ คำแนะนำและ ข้อมูลในการ ใช้บริการที่ตรง ความต้องการของ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.50)
บุคลากร	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการ ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 5.00)	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการ ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 5.00)	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการ ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 5.00)	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญใน การให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ตารางที่ 55 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลสูงสุดในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อย			
	ต่ำกว่า 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
หลักฐานทางกายภาพ	ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ หรือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.84)	ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.85)	ห้องพักรับรอง ลูกค้าย่างขวาง มีที่นั่งเพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.81)	มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง หรือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.88)
กระบวนการ	ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.90)	ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.93)	ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.95)	มีการให้บริการล้างรถได้สะอาดครบถ้วนทุกจุด (ค่าเฉลี่ย 4.97)

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ของผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง และปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นีด ของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-40 ปี คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นีด ของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นิด ของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 50 ปีขึ้นไป คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ มีการบริการล้างรถได้สะอาดครบถ้วนทุกจุด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง

### 3.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นิด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

เมื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นิด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มาทำการจำแนกตามอาชีพ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้าน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 56

ตารางที่ 56 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นิด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลสูงสุดในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ล้าง อัด นิด					
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	เจ้าของ กิจการ
ผลิตภัณฑ์	มีการ รับผิดชอบ ความเสียหาย ของทรัพย์สิน ให้แก่ลูกค้าที่มา ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.65)	ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการ ล้างรถที่มี คุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.92)	มีการ รับผิดชอบ ความเสียหาย ของทรัพย์สิน ให้แก่ลูกค้าที่มา ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.81)	ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาใน การล้างรถที่มี คุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 5.00)	ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาใน การล้างรถที่มี คุณภาพ หรือ มีการ รับผิดชอบ ความเสียหาย ของทรัพย์สิน ให้แก่ลูกค้า ที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.81)	ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาใน การล้างรถที่มี คุณภาพ หรือ มีการ รับผิดชอบ ความเสียหาย ของทรัพย์สิน ให้แก่ลูกค้า ที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.84)



ตารางที่ 56 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลสูงสุดในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ล้าง อัด นีด					
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	เจ้าของ กิจการ
<b>หลักฐาน ทางกายภาพ</b>	ความสะอาด ของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.94)	ความสะอาด ของสถานที่ และห้องน้ำ หรือ มีสถานที่ พักรถที่ กว้างขวาง หรือ ห้องพักรับรอง ลูกค้า กว้างขวาง มีที่ นั่งเพียงพอต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.81)	ความสะอาด ของสถานที่ และห้องน้ำ หรือ มีอุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่ทันสมัย ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.81)	มีสถานที่พัก รถที่ กว้างขวาง ห้องพัก รับรองลูกค้า กว้างขวาง มีที่ นั่งเพียงพอต่อ ลูกค้า หรือ มี อุปกรณ์และ เครื่องมือที่ ทันสมัย ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.83)	มีสถานที่พัก รถที่ กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.83)	มีอุปกรณ์และ เครื่องมือที่ ทันสมัย ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.89)
<b>กระบวนการ</b>	ให้บริการเสร็จ ตาม กำหนดเวลา หรือ มีการ จัดลำดับ ก่อนหลังใน การให้บริการ แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.94)	มีการให้บริการ ล้างรถได้ สะอาด ครบถ้วนทุกจุด (ค่าเฉลี่ย 5.00)	ให้บริการเสร็จ ตาม กำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.95)	ให้บริการ เสร็จตาม กำหนดเวลา หรือ มีการ ให้บริการล้าง รถได้สะอาด ครบถ้วนทุก จุด (ค่าเฉลี่ย 5.00)	ให้บริการ เสร็จตาม กำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.89)	ให้บริการ เสร็จตาม กำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.92)

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ และปัจจัยด้าน

กระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา หรือ มีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการแก่ลูกค้า

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นีด ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ และปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นีด ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ มีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงปัจจัยด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ หรือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นีด ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ รวมถึงปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ และปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา หรือ มีการให้บริการล้างรถได้สะอาดทุกจุด

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นีด ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระและอาชีพเจ้าของกิจการ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง

### 3.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เมื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มาทำการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้าน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 57

ตารางที่ 57 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลสูงสุดในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ล้าง อัด นีด		
	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ผลิตภัณฑ์	มีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.65)	ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.89)	มีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.84)
ราคา	การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.81)	การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.82)	การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.84)
การจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.91)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.87)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.77)
การส่งเสริมการตลาด	การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.51)	การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.39)	การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.39)
บุคลากร	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 5.00)	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 5.00)	พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ตารางที่ 57 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นิด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลสูงสุดในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยด้าน	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ล้าง อัด นิด		
	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
หลักฐานทางกายภาพ	มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.82)	ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.83)	มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.84)
กระบวนการ	ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.90)	ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.92)	ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.96)

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกบริการ ล้าง อัด นิด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง และปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นิด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ

ในขณะที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ล้าง อัด นิด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป คือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ รวมถึงปัจจัยด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการล้างอัดฉีด ในอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ ด้านกระบวนการ รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านบุคลากร และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ มีความสอดคล้องกับการศึกษาของสิริจิตวัฒนา ทากุ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยผลการศึกษาดังกล่าวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และสอดคล้องกับการศึกษาของอัจฉราภรณ์ ชัยทอง (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้างอัดฉีด ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยผลการศึกษาดังกล่าวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และสอดคล้องกับการศึกษาของรัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ ของพนักงานบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน โดยผลการศึกษาดังกล่าวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเกือบทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง แต่ในการศึกษาคั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และมากตามลำดับ ซึ่งหากนำผลการศึกษาในครั้งนี้มาเปรียบเทียบกับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ กับผลการศึกษาของบุคคลอื่นที่ศึกษาในเรื่องที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งนำมาเรียงลำดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและสรุปได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านกระบวนการ 3 ลำดับแรก คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา มีการให้บริการล้างรถได้สะอาดครบถ้วนทุกจุด มีการตรวจสอบสภาพรถก่อนให้บริการและแจ้งความเสียหายที่พบเจอให้ลูกค้าทราบ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของรัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการให้บริการที่รวดเร็วเสร็จตามกำหนดเวลา และสอดคล้องกับการศึกษาของสิริจิตวัฒนา ทากุ (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการ คือ การให้บริการที่รวดเร็ว มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง มีป้ายบอกทำเลที่ตั้งอย่างชัดเจน มีห้องพักรับรองสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉราภรณ์ ชัยทอง (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก และสอดคล้องกับการศึกษาของสิริจิตวัฒนา ทากู (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ 3 ลำดับแรก คือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ และมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง และห้องพักรับรองลูกค้ากว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอต่อลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของรัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ และสอดคล้องกับการศึกษาของสิริจิตวัฒนา ทากู (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า พนักงานมีความสุขในการให้บริการลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของรัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากร คือ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน และสอดคล้องกับการศึกษาของสิริจิตวัฒนา ทากู (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือซื่อสัตย์ และพนักงานล้างมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านราคา 3 ลำดับแรก คือ การแจ้งราคาและการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการ และในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ มีป้ายแสดงราคาค่าบริการและการบริการที่ชัดเจน ราคาในการให้บริการต่อครั้งถูกกว่าร้านอื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของรัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าบริการต่อครั้ง และสอดคล้องกับการศึกษาของสิริจิตวัฒนา ทากู (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา คือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจนและการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 3 ลำดับแรก คือ มีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำมันในการล้างรถที่มีคุณภาพ มีความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสิริจิตวัฒนา ทากู (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 ลำดับแรก คือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีบัตรกำนัล หรือคูปองส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ พนักงานขายให้คำแนะนำและข้อมูลในการให้บริการที่ตรงความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสิริจิตวัฒนา ทากู (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการล้าง อัด นีด ในอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. เพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำมันในการล้างรถที่มีคุณภาพ ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในด้านมีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำมันในการล้างรถที่มีคุณภาพ ในขณะที่ช่วงอายุอื่นๆ ให้ความสำคัญในด้านมีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
3. ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในด้านมีป้ายบอกทำเลที่ตั้งอย่างชัดเจน ในขณะที่ช่วงอายุอื่นๆ ให้ความสำคัญในด้านทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง
4. ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ ในขณะที่อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในด้านมีบัตรกำนัลหรือคูปองส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ ในขณะที่อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในด้านมีการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ หรือมีบัตรกำนัล

หรือคู่มือส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในด้านพนักงานขายให้คำแนะนำและข้อมูลในการใช้บริการที่ตรงความต้องการของลูกค้า

5. ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพในด้านความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ หรือมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ ในขณะที่อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในด้านความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ ในขณะที่อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในด้านห้องพักรับรองลูกค้ากว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอต่อลูกค้า และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในด้านมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง หรือมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ

6. ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการสามารถได้สะดวกครบถ้วนทุกจุด ในขณะที่ช่วงอายุอื่นๆ ให้ความสำคัญในด้านให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา

7. ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านมีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ในขณะที่อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในด้านใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ และอาชีพอิสระและเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญในด้านใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ หรือมีการรับผิดชอบต่อความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

8. ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในด้านมีป้ายบอกทำเลที่ตั้งอย่างชัดเจน หรือมีห้องพักรับรองสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ในขณะที่อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญในด้านทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง

9. ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านมีบัตรกำนัล หรือคู่มือส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ ในขณะที่อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญในการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ

10. ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพในด้านความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ ในขณะที่อาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญในด้านความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ หรือมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง หรือห้องพักรับรองลูกค้ากว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอต่อลูกค้า ในขณะที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญในด้านความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ หรือมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ ในขณะที่อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในด้านมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง หรือห้องพักรับรองลูกค้ากว้างขวางมีที่นั่งเพียงพอต่อลูกค้า หรือมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ ในขณะที่

อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญในด้านมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง และเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญในด้านมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ

11. ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในด้านให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา หรือมีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ มีการแก้ลูกค้า ในขณะที่อาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญในด้านมีการให้บริการได้สะอาดครบถ้วนทุกจุด ในขณะที่อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในด้านให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา หรือมีการให้บริการได้สะอาดครบถ้วนทุกจุด ในขณะที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ และเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญในด้านให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา

12. ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาในการล้างรถที่มีคุณภาพ ในขณะที่รายได้ 5,000-10,000 บาท และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในด้านมีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

13. ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพในด้านมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง ในขณะที่รายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในด้านความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ ในขณะที่รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในด้านมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ

#### ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการล้าง อัด นิด ในอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ ในการวางแผนดำเนินงานและผู้ที่สนใจทั่วไป ดังนี้

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ให้บริการเสร็จตามกำหนดเวลา มีการให้บริการได้สะอาดครบถ้วนทุกจุด มีการตรวจสอบสภาพรถก่อนให้บริการและแจ้งความเสียหายที่พบเจอให้ลูกค้าทราบ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการกำหนดวิธีการปฏิบัติงานและขั้นตอนในการบริการล้าง อัด นิด ที่เป็นมาตรฐานในการให้บริการและควรควบคุมคุณภาพในการบริการทุกขั้นตอนพร้อมทั้งมีการตรวจสอบคุณภาพในการบริการก่อนส่งมอบรถให้แก่ลูกค้า เพื่อให้การบริการที่สะอาดครบถ้วนทุกจุด และสามารถส่งมอบรถให้แก่ลูกค้าได้ตามกำหนดเวลาที่ได้แจ้งให้กับลูกค้าไว้ โดยที่ไม่ทำให้ทรัพย์สินของลูกค้าได้รับความเสียหาย โดยจะต้องมีการตรวจสอบสภาพรถของลูกค้าทั้งก่อนให้บริการและ

หลังบริการอย่างละเอียด หากพบความเสียหายและสิ่งผิดปกติที่เกิดขึ้นกับทรัพย์สินของลูกค้าควรบันทึกและแจ้งให้ลูกค้าทราบทันทีก่อนให้บริการ และทำการตรวจสอบก่อนส่งมอบรถให้แก่ลูกค้าเช่นกัน โดยจะต้องรับผิดชอบความเสียหายให้แก่ลูกค้าหากเกิดความเสียหายจากการบริการของสถานบริการ

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง มีป้ายบอกท่าเลที่ตั้งอย่างชัดเจน มีห้องพักรับรองสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับท่าเลที่ตั้งของธุรกิจล้าง อัด นืด โดยควรจะให้อยู่ในเขตพื้นที่ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มีประชากรหนาแน่นและเป็นจุดที่สะดวกแก่การเดินทางมาใช้บริการ รวมถึงต้องมีป้ายบอกท่าเลที่ตั้งของสถานบริการอย่างชัดเจน ตามจุดต่างๆในพื้นที่ของสถานบริการ เพื่อให้ลูกค้าทราบและเป็นที่รู้จัก เพื่อที่ลูกค้าจะได้มาใช้บริการได้อย่างสะดวกและง่ายต่อการเดินทางมาใช้บริการ และสถานบริการล้าง อัด นืด ต้องมีสถานที่พักรับรองลูกค้าและมีที่นั่งเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ มีมุมอ่านหนังสือและเครื่องดื่มไว้บริการ เพื่อที่ลูกค้าจะได้นั่งพักผ่อนรอการบริการจากสถานบริการ

**ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ และมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรใช้อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัยได้มาตรฐาน เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าสนใจเข้ามาใช้บริการ จัดสถานที่ให้บริการให้มีความกว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ และมีความสะอาดของสถานที่ต่างๆ ส่วนของสถานบริการ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรดูแลและควบคุมให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนในการบริการ ดังนี้

1. พนักงานควรได้รับความรู้และการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี เพื่อให้พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการล้าง อัด นืด และพร้อมที่จะให้คำปรึกษาเพิ่มเติมและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้
2. ควบคุมให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนในแผนปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัดและปลอดภัย เพื่อให้การบริการเป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีการนำข้อมูลความรู้ใหม่ๆ มาให้ความรู้เพิ่มเติมแก่พนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตระหนักถึงความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งข้อห้ามและมีมาตรการ

เด็ดขาดในการควบคุมความประพฤติในลักษณะมิฉะฉานต่าง ๆ โดยจะต้องมีการบันทึกการให้บริการลูกค้ารวมถึงลงชื่อพนักงานผู้ให้บริการในครั้งนั้นๆ และให้ลูกค้าตรวจสอบทรัพย์สินพร้อมลงบันทึกการรับรถ เพื่อป้องกันปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการสูญหายของทรัพย์สินของลูกค้าในขณะที่ให้บริการ เพื่อให้ผู้ประกอบการจะสามารถตรวจสอบย้อนหลังกหากมีปัญหาในลักษณะมิฉะฉานและทำการลงโทษผู้กระทำผิดได้

3. พยายามสร้างให้พนักงานมีความสำนึกในงานบริการ ความสำนึกในงานบริการจะช่วยให้การบริการต่างๆ เป็นการบริการที่ออกมาจากใจโดยจะต้องให้บริการกับลูกค้าทุกด้วยความสุภาพ เรียบร้อย และให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค โดยการจัดลำดับก่อนหลังการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างชัดเจนและยุติธรรม โดยอาจมีการให้รางวัลพิเศษแก่พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ได้ประทับใจลูกค้า โดยที่ลูกค้าจะเป็นผู้ประเมินคุณภาพการทำงานของพนักงาน

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านราคา คือ การแจ้งราคา และการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการและในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ มีป้ายแสดงราคาค่าบริการและการบริการที่ชัดเจน ราคาในการให้บริการต่อครั้งถูกกว่าร้านอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดขั้นตอนในการรับรถ โดยการแจ้งราคาค่าบริการให้ลูกค้าทราบทุกครั้งก่อนการให้บริการ และอธิบายและแจ้งราคาใหม่หากมีการเปลี่ยนแปลงราคาค่าบริการ รวมถึงมีป้ายแสดงราคาค่าบริการให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน โดยกำหนดราคาค่าบริการให้เหมาะสมต่อลูกค้าในพื้นที่ และ โดยพิจารณาถึงสถานะตลาดและการส่งเสริมการตลาด เช่น ค่าบริการบางอย่างอาจมีราคาเท่ากับหรือถูกกว่าตลาด เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการเพื่อที่จะเสนอขายสินค้าหรือการบริการอื่น ๆ เพิ่มเติมได้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำมันในการล้างรถที่มีคุณภาพ มีความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีการเตรียมความพร้อมในการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการต้องมีการวางแผนให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่และการให้บริการอย่างเคร่งครัด เน้นในเรื่องความปลอดภัยกับทรัพย์สินของลูกค้า และมีการจรรยาละเอียดต่าง ๆ ของรถยนต์ก่อนให้บริการและหลังบริการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบและรับรถตามรายละเอียดที่ระบุไว้ก่อนเข้ารับบริการ และเจ้าของกิจการสามารถตรวจสอบและรับผิดชอบต่อความเสียหายต่อทรัพย์สินของลูกค้าได้ตามความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง

2. ผลิตภัณฑ์ วัสดุ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการควรมีคุณภาพ ทันสมัย และหมั่นตรวจเช็คอยู่เสมอ ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้กับรถยนต์ลูกค้าควรเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีตรา

ยี่ห้อเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ และจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ ล้างรถและดูแลฝุ่นภายในรถยนต์พร้อมทั้งเปลี่ยนน้ำมันเครื่องและไส้กรองดังนั้นควรมีการให้บริการ ที่ครอบคลุมทั้งล้าง อัด นีด และเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและไส้กรอง รวมถึงการจำหน่ายอุปกรณ์ ประดับยนต์ ทำให้ลูกค้าสามารถรับบริการได้ครบครัน

3. พนักงานควรให้บริการและส่งมอบรถได้อย่างรวดเร็วโดยปฏิบัติตามขั้นตอนและ คำเนิ่งถึงความสะอาดและปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อก่อให้เกิดความประทับใจของลูกค้าที่มีต่อร้าน และ กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีบัตร กำเนิด หรือคูปองส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ พนักงานขายให้คำแนะนำและข้อมูลในการ ให้บริการที่ตรงความต้องการของลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการบันทึกประวัติของลูกค้า และทำการ์คสำหรับลูกค้าที่สมัครสมาชิกที่มาใช้บริการ เพื่อที่จะสามารถบันทึกจำนวนการใช้ บริการของลูกค้า เพื่อแลกรับสิทธิพิเศษต่างๆ หรือบัตรกำนำดและคูปองส่วนลดการใช้บริการอื่นๆ ที่ทางสถานบริการจัดส่งเสริมการขายร่วมกับการบริการอื่นๆ ของสถานบริการ และควรมีการ ฝึกอบรมพนักงานให้สามารถแนะนำข้อมูลการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ และ เชิญชวนให้ลูกค้าใช้บริการอื่นๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากความต้องการพื้นฐานของลูกค้า