

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์ เอฟาส์ 22 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มาใช้บริการที่ร้านเอฟาส์ 22 ทั้ง 4 สาขา ได้แก่สาขาทุ่งโฮเต็ล สาขาสี่แยกแสงตะวัน สาขาสวนดอก และสาขารัตนโกสินทร์ โดยกระจายการเก็บข้อมูลในวันจันทร์ ถึงวันอาทิตย์ ในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยข้อมูลที่ได้ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยซึ่งในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.91 อายุ 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.88 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.90 อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็น ร้อยละ 30.08 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.94 ส่วนใหญ่นำรถยนต์ที่มารับบริการคือประเภทรถเก๋ง คือเป็นร้อยละ 85.09 บริการที่ใช้ ส่วนใหญ่ล้างสี และ ดูดฝุ่น คิดเป็นร้อยละ 92.95 ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 200 บาทคิดเป็นร้อยละ 60.98 ชำระเงินในรูปแบบจ่ายเป็นครั้งชำระด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 86.99 ใช้บริการในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 44.99 ใช้บริการในช่วงวันที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 50.14 ความถี่ในการมาใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.93 รู้จักเอฟาส์ 22 จาก ป้ายคัทเอ๊าท์ คิดเป็นร้อยละ 95.66 มาใช้บริการที่เอฟาส์ 22 เนื่องจากคุณภาพด้านความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 96.74 และในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจในระดับมาก คิดเป็น ร้อยละ 66.12 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามจะมาใช้บริการแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 85.91 และจะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จัก ให้มาใช้บริการอย่างแน่นอนคิดเป็นร้อยละ 89.43

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22

ตารางที่ 76 สรุปข้อมูลความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
ร้านค้าแคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
ผลิตภัณฑ์	คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้ สะอาดทุกซอกทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 4.57)	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำให้ความสะอาดที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.53)	คุณภาพด้านความเรียบร้อยไม่ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้น หลังจากล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.52)
ราคา	มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.87)	มีบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.09)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80)
การจัดจำหน่าย	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถ กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.25)	สถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัย และร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.19)	ทำเลที่ตั้งของร้าน สะดวกต่อการเดินทาง มี (ค่าเฉลี่ย 3.91)
การส่งเสริมการตลาด	ความเหมาะสมของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.53)	ความเหมาะสมของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน เพื่อแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.38)	ความรู้ความสามารถของพนักงานในการเสนอขายแพ็คเกจต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63)
กระบวนการให้บริการ	การคิดเงินและออกใบเสร็จถูกต้อง รวดเร็วและมีระบบตรวจสอบการปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วยคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.72)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับรถ จนถึง การส่งรถ มีความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.66)	มีระบบแจ้งลำดับและรายละเอียดการทำงานต่างๆ ด้วยจอมอนิเตอร์รวม (ค่าเฉลี่ย 4.62)
บุคลากร	ในร้านมีความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.45)	พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.43)	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20)
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ห้องพักรอรับรถ มีชา กาแฟ เครื่องดื่มให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.65)	ห้องพักรอรับรถมีระบบอินเทอร์เน็ตให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.62)	เครื่องมือ/อุปกรณ์ สำนักงาน หรือ อุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านค้าคาร์แคร์เอฟเอส 22
จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 77 สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้าคาร์แคร์
เอฟเอส 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
ผลิตภัณฑ์	คุณภาพด้านความสะอาด	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำ	คุณภาพด้านความเรียบร้อยไม่
เพศชาย	สามารถทำความสะอาดได้ สะอาดทุกซอกทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 4.57)	ความสะอาดที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.56)	ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้น หลังจากล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.50)
เพศหญิง	คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้ สะอาดทุกซอกทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 4.57)	คุณภาพด้านความเรียบร้อย ไม่ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้น หลังจากล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.54)	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.49)
ราคา	มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน	มีบริการชำระเงินผ่านบัตร	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการ
เพศชาย	ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.89)	เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.09)	บริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ใน การบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.80)
เพศหญิง	มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.85)	มีบริการชำระเงินผ่านบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.09)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการ บริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ใน การบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.79)
การจัดจำหน่าย	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถ กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.30)	สถานที่กว้างขวาง มีที่จอด รถเพียงพอ ปลอดภัยและ ร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.20)	ทำเลที่ตั้งของร้าน สะดวกต่อ การเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.94)
เพศชาย	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถ กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.19)	สถานที่กว้างขวาง มีที่จอด รถเพียงพอ ปลอดภัยและ ร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.18)	ทำเลที่ตั้งของร้าน สะดวกต่อ การเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 77 (ต่อ) สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
การส่งเสริมการตลาด	ความเหมาะสมของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.56)	ความเหมาะสมของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน เพื่อแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.37)	ความรู้ความสามารถของพนักงานในการเสนอขายแพ็คเกจต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72)
เพศชาย			
เพศหญิง	ความเหมาะสมของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.49)	ความเหมาะสมของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน เพื่อแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.39)	การแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมหรือรายการส่งเสริมการขาย ผ่านทางสื่อโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.52)
กระบวนการให้บริการ	การคิดเงิน และออกใบเสร็จถูกต้อง รวดเร็ว และมีระบบตรวจสอบการปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วยจอคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.71)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับรถ จนถึง การส่งรถ มีความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.62)	มีระบบแจ้งลำดับและรายละเอียดการทำงานต่างๆ ด้วยจอมอนิเตอร์รวม (ค่าเฉลี่ย 4.59)
เพศชาย			
เพศหญิง	การคิดเงิน และออกใบเสร็จถูกต้อง รวดเร็ว และมีระบบตรวจสอบการปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วยจอคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.74)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับรถ จนถึง การส่งรถ มีความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.71)	มีระบบแจ้งลำดับและรายละเอียดการทำงานต่างๆ ด้วยจอมอนิเตอร์รวม (ค่าเฉลี่ย 4.66)
บุคลากร	พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.46)	พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.43)	พนักงานบัญชี มีความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีดี และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19)
เพศชาย			

ตารางที่ 77 (ต่อ) สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
บุคลิก เพศหญิง	- พนักงานรับรถมีความ ชำนาญในการขับเคื่อนรถ - พนักงานในร้านมีความ น่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.43)	- พนักงานมีความ กระตือรือร้นในการทำงาน - พนักงานล้างรถมีจำนวน เพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21)	พนักงานทุกคน มีการดูแล เอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.18)
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ เพศชาย	ห้องพักรอรับรถ มี ซา คาเฟ่ เครื่องดื่มให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.63)	ห้องพักรอรับรถมีระบบ อินเทอร์เน็ตให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.59)	เครื่องมือ / อุปกรณ์ สำนักงาน หรือ อุปกรณ์ ตกแต่งต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.51)
เพศหญิง	ห้องพักรอรับรถ มี ซา คาเฟ่ เครื่องดื่มให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.67)	ห้องพักรอรับรถมีระบบ อินเทอร์เน็ตให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.66)	เครื่องมือ / อุปกรณ์ สำนักงาน หรือ อุปกรณ์ ตกแต่งต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.62)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านค้าแคร์เอฟาส์ 22
จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 78 สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้าแคร์
เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
ผลิตภัณฑ์	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำ ความสะอาดที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.47)	คุณภาพด้านความเรียบร้อยไม่ ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้น หลังจากล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.46)	มีอุปกรณ์ประกอบการทำงาน ล้าง – อัดฉีด และอื่นๆครบถ้วน โดยแบ่งแยกลักษณะการใช้งาน ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.31)
อายุไม่เกิน 35 ปี			
อายุ 36 – 40 ปี	คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้ สะอาดทุกซอกทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 4.57)	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำความ สะอาดที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.56)	คุณภาพด้านความเรียบร้อยไม่ ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้น หลังจากล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.52)
อายุ 41 ปีขึ้นไป	คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้ สะอาดทุกซอกทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 4.59)	คุณภาพด้านความเรียบร้อยไม่ ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้น หลังจากล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.57)	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำความ สะอาดที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.56)
ราคา	ป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.84)	มีบริการชำระเงินผ่านบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.07)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการ บริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ใน การบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80)
อายุไม่เกิน 35 ปี			
อายุ 36 – 40 ปี	ป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.89)	มีบริการชำระเงินผ่านบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.07)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการ บริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ใน การบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77)
อายุ 41 ปีขึ้นไป	ป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.88)	มีบริการชำระเงินผ่านบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.13)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการ บริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ใน การบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ตารางที่ 78 (ต่อ) สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
การจัดจำหน่าย	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถ	สถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัย และ	ทำเลที่ตั้งของร้าน สะดวกต่อ
อายุไม่เกิน 35 ปี	กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.20)	ร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.16)	การเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.86)
อายุ 36 – 40 ปี	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถ	สถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัย และ	ทำเลที่ตั้งของร้าน สะดวกต่อ
	กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.38)	ร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.21)	การเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.90)
อายุ 41 ปีขึ้นไป	สถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถ	สถานที่ทำความสะอาดล้าง	ทำเลที่ตั้งของร้าน สะดวกต่อ
	เพียงพอ ปลอดภัย และ ร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.20)	รถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.18)	การเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.97)
การส่งเสริมการตลาด	ความเหมาะสมของสื่อ	ความเหมาะสมของสื่อ	ความรู้ความสามารถของ
อายุไม่เกิน 35 ปี	โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.47)	โฆษณาทางโทรทัศน์ในด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน เพื่อแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.30)	พนักงานในการเสนอขายแพ็คเกจต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.64)
อายุ 36 – 40 ปี	ความเหมาะสมของสื่อ	ความเหมาะสมของสื่อ	ความรู้ความสามารถของ
	โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.56)	โฆษณาทางโทรทัศน์ในด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน เพื่อแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.42)	พนักงานในการเสนอขายแพ็คเกจต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.62)
อายุ 41 ปีขึ้นไป	ความเหมาะสมของสื่อ	ความเหมาะสมของสื่อ	ความรู้ความสามารถของ
	โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.56)	โฆษณาทางโทรทัศน์ในด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการทำงาน เพื่อแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.42)	พนักงานในการเสนอขายแพ็คเกจต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 78 (ต่อ) สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
กระบวนการให้บริการ	การคิดเงิน และออกใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีระบบ ตรวจสอบการปฏิบัติกับรถ ของลูกค้าด้วยจอคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.66)	เวลา เปิด-ปิด มีความเหมาะสม 8.00 – 19.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.61)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับรถ จนถึง การส่งรถ มีความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.59)
อายุไม่เกิน 35 ปี			
อายุ 36 – 40 ปี	การคิดเงิน และออกใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีระบบ ตรวจสอบการปฏิบัติกับรถ ของลูกค้าด้วยจอคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.71)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับรถ จนถึง การส่งรถ มีความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.66)	มีระบบแจ้งลำดับและรายละเอียดการทำงานต่างๆ ด้วยจอมอนิเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.61)
อายุ 41 ปีขึ้นไป	การคิดเงิน และออกใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีระบบ ตรวจสอบการปฏิบัติกับรถ ของลูกค้าด้วยจอคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.79)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับรถ จนถึง การส่งรถ มีความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.74)	มีระบบแจ้งลำดับและรายละเอียดการทำงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.68)
บุคลากร	พนักงานบัญชี มีความสุภาพ และอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.16)	พนักงานล้างรถมีจำนวน เพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13)	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11)
อายุไม่เกิน 35 ปี			
อายุ 36 – 40 ปี	พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.54)	พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.44)	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20)
อายุ 41 ปีขึ้นไป	พนักงานรับรถมีความชำนาญ ในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.46)	พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.38)	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ตารางที่ 78 (ต่อ) สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ห้องพักรอรับรถ มี ซา คาแฟ	ห้องพักรอรับรถมีระบบ	เครื่องมือ/อุปกรณ์
อายุไม่เกิน 35 ปี	เครื่องดื่มให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.66)	อินเทอร์เน็ตให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.57)	สำนักงาน หรือ อุปกรณ์ ตกแต่งต่างๆ มีความ ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.51)
อายุ 36 – 40 ปี	ห้องพักรอรับรถ มี ซา คาแฟ	เครื่องมือ/อุปกรณ์	ห้องพักรอรับรถ
	เครื่องดื่มให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.61)	สำนักงาน หรือ อุปกรณ์	บรรยากาศดี กลิ่นหอม
		ตกแต่งต่างๆ มีความ ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.54)	ตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.38)
อายุ 41 ปีขึ้นไป	- ห้องพักรอรับรถ มี ซา คาแฟ	เครื่องมือ/อุปกรณ์	ป้ายแสดงชื่อร้าน ชัดเจน
	เครื่องดื่มให้บริการฟรี	สำนักงาน หรือ อุปกรณ์	มองเห็นง่าย
	- ห้องพักรอรับรถมีระบบ	ตกแต่งต่างๆ มีความ	(ค่าเฉลี่ย 4.41)
	อินเทอร์เน็ต ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.68)	ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.62)	

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านค้าแฟรนไชส์ 22
จำแนกตามสาขา

ตารางที่ 79 สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้าแฟรนไชส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามสาขา

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
ผลิตภัณฑ์	คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้ สะอาดทุกซอกทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 4.44)	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำ ความสะอาดที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.41)	คุณภาพด้านความ เรียบร้อยไม่ทำให้เกิด รอยขีดข่วนขึ้นหลังจาก ล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.38)
สาขาทุ่งโฮเต็ล			
สาขาแสงตะวัน	คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้ สะอาดทุกซอกทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 4.59)	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำ ความสะอาดที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.54)	คุณภาพด้านความ เรียบร้อยไม่ทำให้เกิด รอยขีดข่วนขึ้นหลังจาก ล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.52)
สาขาสวนดอก	คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้ สะอาดทุกซอกทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 4.64)	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำ ความสะอาดที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.60)	คุณภาพด้านความ เรียบร้อยไม่ทำให้เกิด รอยขีดข่วนขึ้นหลังจาก ล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.59)
สาขารัตนโกสินทร์	คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้ สะอาดทุกซอกทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 4.61)	คุณภาพด้านความเรียบร้อย ไม่ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้น หลังจากล้างรถเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.57)	การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ทำ ความสะอาดที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.56)
ราคา	มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.76)	มีบริการชำระเงินผ่านบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.09)	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพการบริการและ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการ บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85)
สาขาทุ่งโฮเต็ล			
สาขาแสงตะวัน	มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.86)	มีบริการชำระเงินผ่านบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.07)	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพการบริการและ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการ บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ตารางที่ 79 (ต่อ) สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามสาขา

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
สาขาสวนดอก	มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.95)	มีบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.12)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ การบริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81)
สาขารัตนโกสินทร์	มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.90)	มีบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.08)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ การบริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76)
การจัดจำหน่าย สาขาหุงโฮเต็ล	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถ กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.69)	ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.00)	สถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัย และร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.98)
สาขาแสงตะวัน	มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ จุดชำระเงินห้องพัก ลูกค้า ห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.91)	ทำเลที่ตั้งของร้าน สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.76)	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.75)
สาขาสวนดอก	ทำเลที่ตั้งของร้าน สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.90)	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.90)	มีจำนวนสาขาเพียงพอ ต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.90)
สาขารัตนโกสินทร์	สถานที่ทำความสะอาดล้างรถ กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.69)	มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ จุดชำระเงิน ห้องพักลูกค้าห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.96)	สถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัย และร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ตารางที่ 79 (ต่อ) สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามสาขา

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
การส่งเสริมการตลาด สาขาทุ่งโฮเต็ล	ความเหมาะสมของสื่อ โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทาง ร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.42)	ความเหมาะสมของสื่อ โฆษณาทางโทรทัศน์ใน ด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอน การทำงาน เพื่อแสดงถึง ความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.41)	ความรู้ความสามารถของ พนักงานในการเสนอ ขายแพ็คเกจต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.71)
สาขาแสงตะวัน	ความเหมาะสมของสื่อ โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทาง ร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.54)	ความเหมาะสมของสื่อ โฆษณาทางโทรทัศน์ใน ด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอน การทำงาน เพื่อแสดงถึง ความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.34)	ความรู้ความสามารถของ พนักงานในการเสนอ ขายแพ็คเกจต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.62)
สาขาสวนดอก	ความเหมาะสมของสื่อ โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทาง ร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.60)	ความเหมาะสมของสื่อ โฆษณาทางโทรทัศน์ใน ด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอน การทำงาน เพื่อแสดงถึง ความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.36)	ความรู้ความสามารถของ พนักงานในการเสนอ ขายแพ็คเกจต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61)
สาขารัตนโกสินทร์	ความเหมาะสมของสื่อ โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทาง ร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.56)	ความเหมาะสมของสื่อ โฆษณาทางโทรทัศน์ใน ด้านการปฏิบัติงาน ขั้นตอน การทำงาน เพื่อแสดงถึง ความเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.40)	ความรู้ความสามารถของ พนักงานในการเสนอ ขายแพ็คเกจต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ตารางที่ 79 (ต่อ) สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามสาขา

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
กระบวนการให้บริการ สาขาทุ่งโฮเต็ล	- การคิดเงิน และ ออก ใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว - มีระบบตรวจสอบการ ปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วย จอคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.71)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับ รถ จนถึง การส่งรถ มีความ เป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.65)	เวลา เปิด-ปิด มีความ เหมาะสม 8.00 – 19.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.62)
สาขาแสงตะวัน	- การคิดเงิน และ ออก ใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว - มีระบบตรวจสอบการ ปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วย จอคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.72)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับ รถ จนถึง การส่งรถ มีความ เป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.67)	มีระบบแจ้งลำดับและ รายละเอียดการทำงาน ต่างๆ ด้วยจอมอนิเตอร์ รวม (ค่าเฉลี่ย 4.63)
สาขาสวนดอก	- การคิดเงิน และ ออก ใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว - มีระบบตรวจสอบการ ปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วย จอคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.76)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับ รถ จนถึง การส่งรถ มีความ เป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.70)	มีระบบแจ้งลำดับและ รายละเอียดการทำงาน ต่างๆ ด้วยจอมอนิเตอร์ รวม (ค่าเฉลี่ย 4.67)
สาขารัตนโกสินทร์	- การคิดเงิน และ ออก ใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว - มีระบบตรวจสอบการ ปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วย จอคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.69)	ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับ รถ จนถึง การส่งรถ มีความ เป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.63)	เวลา เปิด-ปิด มีความ เหมาะสม 8.00 – 19.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.59)
บุคลากร สาขาทุ่งโฮเต็ล	พนักงานรับรถมีความชำนาญ ในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.43)	พนักงานในร้านมีความ น่าเชื่อถือ และ มีความ ซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.33)	พนักงานบัญชี มีความ สุภาพและอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.29)
สาขาแสงตะวัน	พนักงานรับรถมีความชำนาญ ในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.40)	พนักงานในร้านมีความ น่าเชื่อถือ และ มีความ ซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.39)	พนักงานมีความ กระตือรือร้น ในการ ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ตารางที่ 79 (ต่อ) สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้า
แคร่เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามสาขา

ปัจจัย	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
สาขาสวนดอก	พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.52)	พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.45)	พนักงานบัญชี มีความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.34)
สาขารัตนโกสินทร์	พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.54)	พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ (ค่าเฉลี่ย 4.44)	พนักงานบัญชี มีความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีดี (ค่าเฉลี่ย 4.43)
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ห้องพักรับรถ มี ชา กาแฟ เครื่องดื่มให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.62)	ห้องพักรับรถมีระบบอินเทอร์เน็ต ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.60)	ห้องพักรับรถ กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.55)
สาขาทุ่งโฮเต็ล	ห้องพักรับรถ มี ชา กาแฟ เครื่องดื่มให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.69)	ห้องพักรับรถมีระบบอินเทอร์เน็ต ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.63)	เครื่องมือ / อุปกรณ์ สำนักงาน หรือ อุปกรณ์ ตกแต่งต่างๆ มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.56)
สาขาสวนดอก	ห้องพักรับรถมีระบบอินเทอร์เน็ต ให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.67)	เครื่องมือ / อุปกรณ์ สำนักงาน หรือ อุปกรณ์ ตกแต่งต่างๆ มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.61)	ป้ายแสดงชื่อร้าน ชัดเจน มองเห็นง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.40)
สาขารัตนโกสินทร์	ห้องพักรับรถบรรยากาศดี กลิ่นหอม ตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.62)	ห้องพักรับรถ มี ชา กาแฟ เครื่องดื่มให้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.60)	ห้องพักรับรถ กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านล้างอัดฉีดเอฟาส์ 22 โดยใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และแนวคิดการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการร้านสะอาดคาร์แคร์ในอำเภอแสนสุข จังหวัดชลบุรี ของคมสันต์ อินทรประสิทธิ์ (2551) พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยเช่นกัน

โดยสามารถอภิปรายในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสันต์ อินทรประสิทธิ์ (2551) และสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการร้านคาร์แคร์รถยนต์ร้านหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก ของปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากเช่นกัน

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดของการศึกษาคั้งนี้คือ คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสันต์ อินทรประสิทธิ์ (2551) และปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) ที่พบว่าปัจจัยด้านความสะอาดเป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกัน

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสันต์ อินทรประสิทธิ์ (2551) พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์รถยนต์ร้านภาสกร คาร์แคร์จังหวัดประทุมธานีของบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดของการศึกษาคั้งนี้คือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ถูกต้อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการ เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) ที่พบว่าปัจจัยด้านการแจ้งราคาก่อนการให้บริการ เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสันต์ อินทรประสิทธิ์ (2551) และบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากเช่นกัน

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดของการศึกษาคั้งนี้คือ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสันต์ อินทรประสิทธิ์ (2551) ที่พบว่าปัจจัยด้านลานทำความสะอาดคาร์แคร์รถกว้างขวาง เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุด แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) พบว่าปัจจัยด้านที่จอดรถ สะดวกปลอดภัยและเพียงพอ เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสันต์ อินทรประสิทธิ์ (2551) และปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดของการศึกษาคั้งนี้คือ ความเหมาะสมของสื่อโฆษณาที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) พบว่าปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุด แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) พบว่าปัจจัยด้านมีบริการเช็คลมยางฟรีสำหรับผู้ให้บริการทุกประเภท เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) และบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากเช่นกัน

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดของการศึกษาคั้งนี้คือ การคิดเงินและออกใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีระบบการตรวจสอบการปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วยจอคอมพิวเตอร์ (Monitoring) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) พบว่าปัจจัยด้านการรับชำระเงินถูกต้องรวดเร็ว เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุด

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) และบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากเช่นกัน

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดของการศึกษาคั้งนี้คือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) พบว่าปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการทำงานของพนักงานเป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุญเรือน เนื่องอัมพร (2553) พบว่าปัจจัยด้านความพร้อมตลอดเวลาในการให้บริการ เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุด

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสันต์ อินทรประสิทธิ์ (2551) และปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากเช่นกัน

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดของการศึกษาคั้งนี้คือ ห้องพักรอรับรถมีชา กาแฟ เครื่องดื่มให้บริการฟรี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสันต์ อินทรประสิทธิ์ (2551) พบว่าปัจจัยด้านห้องรอรับรถลูกค้าสะดวกสบาย เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยรัตน์ กิตติอมร (2551) พบว่าปัจจัยด้านห้องพักรอรับรถสะอาดมีกลิ่นหอม เป็นปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุด

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอพาสซ์ 22 มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยย่อยด้านราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับสถานบริการอื่น เป็นเพียงปัจจัยย่อยเดียวที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกตัว มีค่าเฉลี่ยรวมพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัย

3. สิบปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับสูงที่สุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้อง รองลงมาคือ การคิดเงิน และออกใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็วและมีระบบตรวจสอบการปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วยจอคอมพิวเตอร์ (Monitoring) ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่รับรถ จนถึง การส่งรถ มีความเป็นมืออาชีพ ห้องพักรับรถ มี ชา กาแฟ เครื่องดื่มให้บริการฟรี มีระบบแจ้งลำดับและรายละเอียดการทำงานต่างๆ ด้วยจอโมนิเตอร์รวม ห้องพักรับรถมีระบบอินเทอร์เน็ต ให้บริการฟรี คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม และเวลา เปิด-ปิด มีความเหมาะสม 8.00 – 19.00 น. เครื่องมือ/อุปกรณ์ สำนักงาน หรือ อุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ มีความทันสมัย การใช้วัสดุผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่มีคุณภาพ และความเหมาะสมของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ และคุณภาพด้านความเรียบร้อยไม่ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้นหลังจากล้างรถเสร็จ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องตามคำสั่ง มีความพึงพอใจในระดับมาก

4. สิบปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับต่ำที่สุด ได้แก่ ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับสถานบริการอื่นๆ รองลงมาคือ บริการเช็คลมยางฟรีสำหรับผู้ให้บริการทุกประเภท การแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมหรือรายการส่งเสริมการขาย ผ่านทางสื่อโฆษณา ความรู้ความสามารถของพนักงานในการเสนอขาย แพนเค้ก ต่างๆ มีหลายระดับราคาให้เลือกตาม แพนเค้กที่ต้องการ ราคาแพนเค้ก หรือคูปองสมาชิกมีความเหมาะสม พนักงานส่งรถ มีความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีดี มีจำนวนสาขาเพียงพอ ต่อการให้บริการ พนักงานรับรถ มีความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีดี ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ มีระบบการดูแลควบคุมดี ไว้ใจได้ว่า รถและของในรถจะไม่สูญหาย และความเหมาะสม คุ่มค่า ของบริการในแต่ละแพ็คเกจ

5. ภาพรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามพอใจในสาขารัตน โกสินทร์สูงที่สุด รองลงมาคือ สาขาทุ่งโฮเต็ล สาขาสวนดอก และสาขาแสงตะวัน ตามลำดับ

6. ปัจจัยย่อยด้านคุณภาพด้านความสะดวก สามารถทำความสะดวกได้ทุกซอกทุกมุม คุณภาพด้านความเรียบร้อยไม่ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้นหลังจากล้างรถเสร็จ และการใช้วัสดุผลิตภัณฑ์ทำความสะดวกที่มีคุณภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในสาขาทุ่งโฮเต็ล ต่ำกว่าสาขาอื่นๆ

7. ปัจจัยย่อยด้านสถานที่กว้างขวางมีที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัยและร่มเย็น และสถานที่ทำความสะดวกล้างรถกว้างขวาง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในสาขาแสงตะวันและสาขาสวนดอก ต่ำกว่าสาขาอื่นๆ

8. ปัจจัยย่อยด้าน การมีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ จุดชำระเงิน ห้องพักรถ ลูกรถ และ ห้องน้ำ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในสาขาสวนดอก ต่ำกว่าสาขาอื่นๆ

9. ปัจจัยย่อยด้านพนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในสาขาทุ่งโฮเต็ล และสาขาแสงตะวัน ต่ำกว่าสาขาอื่นๆ

10. ปัจจัยย่อยด้านห้องพักรถปรับอากาศดี กลิ่นหอมตกแต่งสวยงาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในสาขาแสงตะวัน และสาขาสวนดอก ต่ำกว่าสาขาอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอพาส์ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากทุกปัจจัยก็ตาม แต่ทั้งนี้เพื่อการยกระดับความพึงพอใจให้อยู่ในระดับที่สูงยิ่งขึ้นผู้ศึกษาจึงให้ความสำคัญที่จะเน้นในปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยย่อยในแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับตามปัจจัยที่จำต้องแก้ไขและพัฒนาอย่างเร่งด่วนในภาพรวมโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่เนื่องจากมีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดในทุกๆปัจจัยจึงจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยพิจารณาประเด็นดังนี้

ปัจจัยเรื่องของราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับสถานบริการอื่นๆ นั้นเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นระดับความพึงพอใจที่น้อยที่สุดในทุกๆปัจจัยย่อย แต่เนื่องจากทางกิจการพยายามวางตำแหน่งทางการตลาดให้เป็นร้านคาร์แคร์ระดับพรีเมียม (Premium) และมีความแตกต่างจากสถานบริการอื่นๆ จึงไม่สมควรที่จะลดราคาซึ่งจะทำให้ขัดกับตำแหน่งของกิจการที่ตั้งไว้ ดังนั้นทางกิจการควรใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ว่าถึงความแตกต่างและผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากค่าใช้จ่ายที่เสียไป ว่าคุ้มค่ามากเพียงใด อาทิเช่น พยายามสื่อสารให้รู้ว่าเครื่องมือหรือ ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้แตกต่างจาก

ศูนย์บริการอื่นๆ ซึ่งทางเรามีคุณภาพเกรด A ระดับสากล มีส่วนช่วยปกป้องสิทธิ์ และถนอมผิวรถ ได้ดีกว่าโดยนำมาแสดงโชว์ให้ลูกค้าได้เห็น และเน้นถึงการสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้อีกด้วย

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่ำในปีจจัยด้านการมีหลายระดับราคาให้เลือกตามแพ็คเกจที่ต้องการ ดังนั้นกิจการควรพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของราคาแพ็คเกจ (แพ็คเกจ) ให้มีความหลากหลายมากขึ้นควรมีหลายระดับราคาให้เลือกตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป ซึ่งในการกำหนดราคานั้นสิ่งที่กิจการต้องคำนึงถึงคือ ความเหมาะสม และคุ่มค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากบริการนั้นๆ อาทิเช่น

ตารางที่ 80 ตัวอย่างการเปรียบเทียบความคุ่มค่าในแพ็คเกจ

บริการ	ราคา	ประหยัด
ล้างสี	110 ต่อครั้งสำหรับรถ Size S	-
ล้างสี (แพ็คเกจ 5 ครั้ง)	500 บาท	50 บาท
ล้างสี (แพ็คเกจ 7 ครั้ง)	650 บาท	120 บาท
ล้างสี ชุดฝุ่น	170 ต่อครั้งสำหรับรถ Size S	-
ล้างสี ชุดฝุ่น (แพ็คเกจ 5 ครั้ง)	750 บาท	100 บาท
ล้างสี ชุดฝุ่น (แพ็คเกจ 7 ครั้ง)	100 บาท	190 บาท
ล้างสี ชุดฝุ่น (แพ็คเกจ 10 ครั้ง)	1,450 บาท	250 บาท

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในเรื่องความเหมาะสมของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ เช่น A-Fast 22 แนะนำร้านอาหาร ทัวร์ร้อย สถานที่ท่องเที่ยว หรือรายการทีวี ต่างๆ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้น ควรใช้เป็นเครื่องมือที่จะสื่อสารในเรื่องของแพ็คเกจ (Package) ต่างๆ ของทางร้านว่ามีอะไรบ้าง เพราะจะทำให้ลูกค้ามีความสนใจมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้กิจการควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนในประเด็นดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านบริการเช็คลมยางฟรีสำหรับผู้ใช้บริการทุกประเภท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำที่สุด ดังนั้นกิจการควรเพิ่มขึ้นตอนมาตรฐานการทำงานอีก 1 ขั้นตอนสุดท้าย คือ การเช็คลมยางและบริการเติมลมให้ฟรี ในทุกๆ ครั้งก่อนส่งมอบรถให้กับลูกค้า โดยกำชับให้พนักงานทุกสาขาควรที่จะปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ถึงแม้ว่าจะเป็นขั้นตอนเล็กน้อยก็ตาม เพื่อสร้างความประทับใจและทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างสถานบริการอื่นๆ อีกด้วยซึ่งเนื่องจากความไม่เป็นมาตรฐานกันในแต่ละสาขาทำให้ลูกค้าไม่รับรู้ในเรื่องบริการดังกล่าว ดังนั้น

กิจการควรสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงบริการเช่นเคยมาก่อนส่งมอบรถ โดยทำป้ายติดไว้ ณ จุดใดของร้านเพื่อทำการแจ้งขั้นตอนการทำงานทั้งหมดตั้งแต่รับรถ จนถึงมอบรถเป็นต้น

ผลการศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่ำในปัจจัยด้านการแจ้งข่าวสารหรือรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ให้ลูกค้าได้รับรู้ ดังนั้นกิจการควรทำการสื่อสารกับลูกค้าให้มากขึ้น อาทิเช่น ในเมื่อกิจการได้มีการเก็บข้อมูลลูกค้าไว้ที่ระบบคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว ทำให้ทราบว่าลูกค้าท่านใด มีการใช้บริการใดเป็นประจำ โดยดูจากประวัติการเข้ารับบริการนั้นๆ ดังนั้น ในการแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมหรือรายการส่งเสริมการขายต่างๆ แพ็คเกจใหม่หรือ แพ็คเกจพิเศษภายในเดือนก็ตาม ควรทำการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น โดยผ่าน E-mail หรือไปรษณีย์บัตร เป็นต้น หรือแต่งตั้งให้มีพนักงานคอยดูแลในเรื่องการสื่อสารองค์กร โดยตรงเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการรักษาลูกค้า โดยนำโปรแกรม CRM เข้ามาใช้เพื่อพัฒนาให้ลูกค้าเป็นลูกค้าที่ซื้อซ้ำตลอดไป

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่ำในปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของพนักงานในการเสนอขายแพ็คเกจต่างๆ ดังนั้นควรอบรมความรู้ให้แก่พนักงานที่คอยเสนอขาย แพ็คเกจต่างๆ โดยให้มีความรู้เพิ่มมากขึ้น ในตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ทั้งเชิงเทคนิค คุณสมบัติ และการโน้มน้าว เพื่อชี้ประเด็นให้เห็นถึงความคุ้มค่า โดยมีผู้อบรมให้อย่างใกล้ชิด สอนเทคนิคการเปิดการขายอย่างนุ่มนวล และปิดการขายอย่างชาญฉลาด โดยไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่อึดอัดใจในกรณีที่จะปฏิเสธก็ตาม

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่เนื่องจากประเด็นของสาขาที่ให้บริการไม่เพียงพอ เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำกว่าปัจจัยย่อยอื่นๆ แต่เนื่องจากนโยบายกิจการมีแผนการเปิดสาขาให้บริการเพิ่มขึ้นอีก 4 สาขา รวมเป็น 8 สาขาภายในปี 2554 นี้ซึ่งคาดว่าจะเพียงพอต่อการให้บริการ ดังนั้นทางกิจการควรแจ้งข่าวดังกล่าวให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงแผนการเปิดสาขาเพิ่มในเวลาอันใกล้ที่มีที่ใดบ้าง เพราะการชี้แจงดังกล่าว จะเป็นผลดีสำหรับกิจการที่จะทำให้ภาพลักษณ์ในสายตาของลูกค้าดีขึ้น เนื่องจากการเปิดสาขาใหม่ ลูกค้าจะมองว่ากิจการได้รับการตอบรับที่ดี และได้รับความไว้วางใจจึงทำให้เกิดการเติบโตและขยายสาขาขึ้นนั่นเอง รวมถึงสามารถเพิ่มความสะดวกสบายในการเข้ารับบริการได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่ำในปัจจัยด้านป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ จุดชำระเงิน ห้องพักลูกค้า และห้องน้ำ ดังนั้นทางกิจการควรติดป้ายสถานที่ดังกล่าวให้เห็นอย่างชัดเจนมากขึ้น โดยใช้กระดาษที่มีสีเห็นเด่นชัด หรือ ทำแผนผังรวมไว้หน้าประตูห้องพักรับรองว่า พื้นที่ส่วนไหนใช้ทำอะไรเป็นต้น

ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากแต่ควรที่จะพัฒนาและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น โดยเน้นไปยังพนักงานทุกคนควรมีความรู้และความชำนาญสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานพนักงานมีความรู้ความสามารถ ความชำนาญสามารถให้คำแนะนำลูกค้า เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ดังนั้นกิจการควรอบรมความรู้ให้แก่พนักงานทุกคนในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลูกค้า ความรู้ความสามารถในการอธิบาย เป็นต้น รวมถึงอบรมในเรื่องมารยาทของการบริการ โดยให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลักและเห็นถึงความสำคัญของลูกค้าหากลูกค้าประทับใจ จะเกิดผลดีอย่างไรต่อมา เพราะลูกค้าถือได้ว่าเป็นผู้มีพระคุณต่อกิจการ

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่าปัจจัยย่อยด้านพนักงานรับรถและส่งรถ มีอัตรายศ และไมตรีดี ยังเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ดังนั้นกิจการควรเน้นทำการอบรมไปยังพนักงานรับรถ และพนักงานส่งรถ ควรให้ความใส่ใจเป็นพิเศษเนื่องจากเป็นจุดแรกและจุดสุดท้ายที่ลูกค้าจะพบและเกิดความประทับใจได้ หากพนักงานสามารถบริการด้วยความสุภาพและอัตรายศไมตรีดีก็จะสามารถสร้างรอยยิ้มของลูกค้าให้เกิดขึ้นได้

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยทางกิจการเน้นการนำเสนอจุดขายให้เรื่องห้องพักรับรถ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน อินเทอร์เน็ต เครื่องดื่ม นิตยสาร ไว้อคอยให้บริการ เน้นความเป็นอิสระของการคอยเหมือนรอรอบอยู่ที่บ้าน ดังนั้นเพื่อการสร้างความพึงพอใจให้เพิ่มขึ้นกิจการควรเน้นการพัฒนาในด้านต่างๆดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านห้องพักรับรถมีหนังสือพิมพ์ นิตยสารที่ให้บริการใหม่ ทันสมัยมีความเหมาะสม ยังเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ดังนั้นกิจการควรสำรวจความต้องการของลูกค้าว่าชอบอ่านหนังสือประเภทใด เพื่อทำการหามาเพื่อตอบสนองความต้องการให้มากยิ่งขึ้นและให้ความสำคัญกับความใหม่และทันสมัยของหนังสือตลอดเวลา และในพื้นที่ของร้าน ควรเปิดดนตรีหรือเพลงเพื่อความผ่อนคลาย และไม่ควรเป็นเพลงที่มีจังหวะรุนแรง โดยในการเปิดเพลงนั้นควรทำการเปิดเป็นเครื่องขยายเสียงกระจายภายนอกบริเวณร้าน ซึ่งไม่ควรรบกวนห้องพักรับรถ ซึ่งทำการเปิดโทรทัศน์รับชมสื่อต่างๆอยู่แล้ว

ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยย่อยด้านความเป็นระเบียบเรียบร้อยของจตุรบรรด มีการบริหารจัดการดี เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับต่ำกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ดังนั้นกิจกรรมควรมีการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีป้ายแสดงจตุรบรรดอย่างเห็นได้ชัด ควรทำเส้นแบ่งแยกอย่างชัดเจน รวมถึงควรมีพนักงานประจำอยู่ในตำแหน่งนั้นเพื่อความสะดวกในการให้บริการ

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของสถานที่ให้บริการต่างๆ ต่ำกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ และเนื่องจากความสะอาดเป็นตัวสะท้อนถึง ภาพลักษณ์ของกิจการ ดังนั้นกิจการควรให้ความสำคัญในการใส่ใจดูแลเป็นพิเศษ โดยมีแม่บ้าน หรือคนทำความสะอาดอยู่เป็นประจำ ซึ่งมีหน้าที่ทำความสะอาดทั้งภายนอก และภายในห้องพักรับรอง ห้องน้ำ และบริเวณโดยรอบร้าน โดยกำหนดช่วงเวลาในการทำความสะอาดที่เหมาะสม ในช่วงที่ไม่มี ลูกค้า เข้า กลางวัน เย็น เป็นต้น

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยพึงพอใจในประเด็นคุณภาพด้านความสะอาดสามารถทำได้สะอาดทุกซอกทุกมุมและการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นทางกิจการควรนำเป็นจุดขาย เพื่อการสื่อสารตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ของกิจการให้ลูกค้าได้รับรู้ว่า กิจการเน้นในเรื่อง “คุณภาพด้านความสะอาดโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ” แต่ทั้งนี้ในเรื่องความหลากหลายของแพ็คเกจ (Package) นั้นผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับที่ต่ำกว่าปัจจัยย่อยอื่นๆ ดังนั้นกิจการควรเน้นพัฒนาแพ็คเกจให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยพิจารณาจากความนิยมของการใช้บริการของลูกค้าเป็นหลัก และอาจทำแพ็คเกจ (Package) ควบคู่ที่มีความนิยมและไม่นิยม โดยเสริมกันในราคาถูกลงกว่าปกติ หรือ คิดแพ็คเกจใหม่ๆ เช่น ล้างรถในเดือนนี้ฟรี ก็ครั้งก็ได้จ่ายเพียง 400 บาท ซึ่งเหมาะกับลูกค้าที่เข้าใช้บริการประจำเป็นต้น โดยทั้งนี้หากเน้นปรับปรุงในเรื่องแพ็คเกจ (Package) ให้มีความหลากหลายมากขึ้นแต่สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ คือ ความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับ เช่น หากใช้บริการแยกจะมีราคาสูง แต่หากใช้บริการเป็นแพ็คเกจดังกล่าวแล้วจะประหยัดเงิน และคุ้มค่ามากขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่ควรที่จะพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยเน้นกระบวนการทำงานที่มีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น เช่น กระบวนการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับต่ำกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ดังนั้นกิจการควรมอบหน้าที่ให้พนักงานส่งรถ เป็นผู้ตรวจสอบเช็ครายละเอียดครบถ้วนครั้งสุดท้ายก่อนส่งมอบรถให้แก่ลูกค้า

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยย่อยด้านมีระบบการดูแลควบคุมดีไว้ใจได้ว่า รถของในรถจะไม่สูญหาย ยังเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับต่ำกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ แต่เนื่องจากปัจจุบันทางกิจการมีระบบวงจรปิดรอบร้าน และมีระบบตรวจสอบการทำงานของพนักงานให้ลูกค้าดูในทุกขั้นตอนการทำงานอยู่แล้วดังนั้นกิจการควรที่จะประกาศ หรือสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ ว่าไม่ต้องกังวลว่ารถและของในรถจะสูญหาย หากเกิดขึ้นกิจการยินดีชดใช้ ประกอบกับ ทางกิจการได้ใช้ระบบการถ่ายรูปรอบตัวรถและในรถก่อนปฏิบัติงานไว้เพื่อเป็นหลักฐาน พร้อมทั้งทำการแจ้งให้เก็บของมีค่าไว้ แต่ทั้งนี้หากเกิดกรณีลูกค้าลืมของมีค่าทิ้งไว้ ควรให้พนักงานเก็บของและไปส่งให้ลูกค้าโดยทันที เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับกิจการด้วยว่า มีความซื่อสัตย์และมีความปลอดภัยอย่างแน่นอน และควรการสอบถามความพึงพอใจลูกค้าทุกครั้ง หลังจากส่งมอบรถ โดยอาจทำเป็นคำถามสั้นๆ ยื่นให้ลูกค้าพิจารณา 3-5 ข้อ ในขณะที่พนักงานส่งรถ กำลังตรวจสอบ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงการทำงานให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

สาขาทุ่งโฮเต็ล

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านคุณภาพความสะดวกสามารถทำความสะดวกได้ ทุกซอกทุกมุม คุณภาพด้านความเรียบร้อยไม่ทำให้เกิดรอยขีดข่วนขึ้นหลังจากล้างรถเสร็จ และการใช้วัสดุผลิตภัณฑ์ทำความสะดวกที่มีคุณภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในสาขา ทุ่งโฮเต็ลต่ำกว่าสาขาอื่นๆ ดังนั้นสาขาทุ่งโฮเต็ล ควรปรับปรุงในเรื่องความสะดวก และความเรียบร้อยไม่ทำให้เกิดรอยขีดข่วน โดยเน้นที่พนักงานทำความสะดวกทุกคนให้ทำงานด้วยความ ตั้งใจและตรวจตราความเรียบร้อยก่อนส่งมอบรถ โดยทางสาขาอาจตั้งเกณฑ์รางวัลสำหรับความ พึงพอใจในด้านความสะดวกของลูกค้าไว้ที่ 80% หากลูกค้าพึงพอใจในระดับ 80% หรือสูงกว่า ทาง สาขาอาจมอบเงินรางวัลให้กับพนักงานเพื่อเป็นขวัญกำลังใจในแต่ละเดือนตามความเหมาะสม แต่ หากต่ำกว่า 80% ควรที่จะมีบทลงโทษต่างๆขึ้น เช่น หักเงินพิเศษที่ควรจะได้ตามสัดส่วน เป็นต้น

สาขาแสงตะวัน

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านสถานที่กว้างขวางมีที่จอดรถเพียงพอปลอดภัยและ ร่มเย็น เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลางซึ่งเป็นระดับความพึงพอใจที่ต่ำ กว่าสาขาอื่นๆ เนื่องจากสาขาแสงตะวัน ไม่มีพื้นที่ส่งมอบรถที่ใน โดยเมื่อทำความสะดวกเสร็จจะ จอดไว้กลางแดดซึ่งอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับต่ำ ดังนั้นทาง กิจการควรสร้างพื้นที่สำหรับส่งมอบรถที่ร่มเย็น ซึ่งอาจมีหลังคาที่สูงโปร่ง ไม่ให้แดดส่องถึงตัวรถ มากนัก เพราะจะทำให้ภายในรถร้อนเมื่อลูกค้ากลับมารับรถอาจทำให้เกิดความไม่พอใจได้

ผลการศึกษายังพบว่าปัจจัยในเรื่องพนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือซื่อสัตย์ เป็น ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับต่ำกว่าสาขาอื่นๆ ดังนั้นทางสาขา ควรอบรมพนักงาน

ให้มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ไม่ก่อให้เกิดปัญหาได้ในภายหลังควรตั้งกฎระเบียบว่า หากของลูกค้าสูญหาย จำเป็นต้องร่วมกันรับผิดชอบทั้งหมด ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม และควรสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น อาทิเช่น หากลูกค้าลืมของมีค่าไว้ ควรนำส่งคืนอย่างเร่งด่วน หรือ ก่อนลูกค้าจะลงจากรถควรที่จะเน้นย้ำลูกค้าให้ตรวจตราของมีค่าก่อนออกจากรถ

นอกจากนั้นยังพบว่าปัจจัยในเรื่องความสะดวกของสถานที่ เช่น ห้องพักรับรถ ห้องน้ำ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับระดับปานกลางโดยพึงพอใจต่ำกว่าสาขาอื่นๆ ดังนั้นทางสาขาควรให้พนักงานทำความสะอาด ดูแลให้ดีขึ้น และควรจัดตารางทำความสะอาดเป็นรอบ โดยกำหนดระยะเวลา ซึ่งไม่ควรทำขณะลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

สาขาสวนดอก

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านสถานที่กว้างขวางมีที่จอดรถเพียงพอปลอดภัยและร่มเย็น เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลางซึ่งเป็นระดับความพึงพอใจที่ต่ำกว่าสาขาอื่นๆ แต่เนื่องจากนโยบายของกิจการได้วางสาขาสวนดอกให้เป็นสาขาที่ให้บริการในปั้มน้ำมัน ซึ่งจะมีขนาดที่เล็กกว่าสาขาอื่นๆ ดังนั้นสาขาสวนดอกควรที่จะมีพนักงานไว้คอยให้บริการ ดูแลการจอดรถให้เป็นระเบียบโดยไม่ให้ลูกค้าต้องกังวลในการหาที่จอด

ผลการศึกษายังพบว่าปัจจัยในเรื่องความสะดวกของห้องพักรับรถมีบรรยากาศที่ดี เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับต่ำกว่าสาขาอื่นๆ ดังนั้นสาขาสวนดอก ควรปรับปรุงในเรื่องความสะดวกของห้องพักรับรถให้สะอาดอยู่เสมอ โดยอาจใช้น้ำยาเช็ดพื้น รวมถึงผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดกระจก เพอร์นิเจอร์ต่างๆ ที่มีกลิ่นหอม โดยทำในช่วงเวลาเช้านก่อนเปิดร้าน และในช่วงเวลาเย็นหลังจากปิดร้าน เป็นต้น เพื่อกลิ่นหอมและบรรยากาศที่ดีขึ้น

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่าปัจจัยในเรื่องมีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ จุดชำระเงินห้องพักลูกค้า หรือ ห้องน้ำ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับต่ำกว่าสาขาอื่นๆ ดังนั้นสาขาควรทำป้ายบอกตำแหน่ง สั้เด่นชัดมากขึ้น

สาขารัตนโกสินทร์

จากภาพรวมแล้วพบว่าสาขารัตน โกสินทร์ เป็นสาขาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากที่สุดเนื่องจากเป็นสาขาที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากและมากที่สุด ทั้งสิ้นยกเว้น ปัจจัยย่อยด้านราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับสถานบริการอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นหากทางสาขาสามารถสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในใจลูกค้าให้ได้แล้ว และพยายามใช้วิธีการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ว่า ค่าใช้จ่ายที่เสียไป นั้นเกิดความคุ้มค่า โดยกิจการควรเน้นในเรื่องคุณภาพความสะดวกและอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ทำความสะอาดรถยนต์ทุกชนิดที่มีคุณภาพระดับสากล