

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความคาดหวังของผู้ใช้รถยนต์นั่งต่อการใช้บริการร้านคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ได้เก็บข้อมูลด้วยแบบ สอบถามจำนวน 400 ราย และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทผู้ใช้บริการ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละ (ตารางที่ 1-6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการร้านคาร์แคร์ ได้แก่ ประเภทการให้บริการ สถานที่ให้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ วันที่ใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง และเหตุผลที่ใช้บริการ นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ (ตารางที่ 7-19)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ใช้รถยนต์นั่งต่อการใช้บริการร้าน คาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านทางกายภาพ (ตารางที่ 20-28)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล (ตารางที่ 29)

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล นำเสนอในรูปแบบตารางแสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล (ตารางที่ 30-36)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	209	52.25
หญิง	191	47.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.25 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	8	2.00
25-35 ปี	183	45.75
36-45 ปี	120	30.00
46-55 ปี	74	18.50
55 ปีขึ้นไป	15	3.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาคือ อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.50 อายุ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.75 และอายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	194	48.50
สมรส	192	48.00
หย่าร้าง/หม้าย	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.00 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	31	7.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	26	6.50
อนุปริญญา หรือ ปวส.	28	7.00
ปริญญาตรี	266	66.50
สูงกว่าปริญญาตรี	49	12.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.25 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 7.75 อนุปริญญา หรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 7.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 6.50 และ ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	7.00
พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน	187	46.75
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	146	36.50
พ่อบ้านแม่บ้าน	17	4.25
รับจ้างทั่วไป	19	4.75
อื่นๆ	3	0.75
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆ ได้แก่ นักศึกษา

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาคือ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็น ร้อยละ 36.50 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.00 อาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 4.75 อาชีพพ่อบ้านแม่บ้านคิดเป็นร้อยละ 4.25 และอาชีพนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	16	4.00
10,000-15,000 บาท	46	11.50
15,001-20,000 บาท	59	14.75
20,001-25,000 บาท	44	11.00
25,001-30,000 บาท	31	7.75
มากกว่า 30,000 บาท	204	51.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.75 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการคาร์แคร์

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการใช้บริการ

ประเภทการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ล้างรถ และ/หรือ ถูฝุ่นภายในรถยนต์	378	94.50
ขัดและเคลือบสีรถยนต์	160	40.00
ขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ	52	13.00
ทำความสะอาดห้องเครื่อง	99	24.75
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	174	43.50

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการล้างรถ และ/หรือ ถูฝุ่นภายในรถยนต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.50 รองลงมาคือ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 43.50 ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 40.00 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 24.75 และ ขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบร้านค้าที่ให้บริการ

รูปแบบร้านค้าที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียว	278	69.50
ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	171	42.75
ร้านที่อยู่บริเวณห้างสรรพสินค้า	94	23.50
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ	68	17.00

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาคือ ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 42.75 ร้านที่อยู่บริเวณห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 23.50 และร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ คิดเป็น ร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	77	19.25
จำนวน 1-2 ครั้ง/เดือน	152	38.00
จำนวน 2-3 ครั้ง/เดือน	107	26.75
จำนวน 3-4 ครั้ง/เดือน	38	9.50
มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	26	6.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ จำนวน 1-2 ครั้ง/เดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ ใช้บริการจำนวน 2-3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 26.75 ใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ใช้บริการจำนวน 3-4 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการ

วันที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์-วันศุกร์	132	33.00
วันเสาร์-วันอาทิตย์	239	59.75
วันหยุดนักขัตฤกษ์	29	7.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์วันเสาร์-วันอาทิตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมาวันจันทร์-วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 33.00 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้บริการ

เวลาที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8.00 – 12.00 น.	112	28.00
12.01 – 16.00 น.	155	38.75
16.01 – 20.00 น.	113	28.25
หลัง 20.00 น.	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์เวลา 12.01-16.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาคือ เวลา 16.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.25 เวลา 8.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.00 และหลังเวลา 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	6	1.50
ระหว่าง 100 – 200 บาท	224	56.00
ระหว่าง 201 – 300 บาท	105	26.25
ระหว่าง 301 – 400 บาท	29	7.25
มากกว่า 400 บาทขึ้นไป	36	9.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : ค่าใช้จ่ายในการบริการต่อครั้ง หมายถึง ค่าบริการล้างรถ และ/หรือ ดูแลฝุ่นภายในรถยนต์ ซัดและเคลือบสีรถยนต์ ซัดเบาะ พอกเบาะ เคลือบเบาะ ทำความสะอาดห้องเครื่อง ถ้าน้ำมันเครื่อง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100 - 200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201 - 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.25 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.00 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301 - 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.25 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริการดีประทับใจ	190	47.50
เจ้าของร้านอภัยาคดีเป็นกันเอง	166	41.50
ชื่อเสียงร้าน	35	8.75
คุณภาพด้านความสะอาด	269	67.25
สะดวกต่อการเดินทาง	280	70.00
รวดเร็วในขั้นตอนบริการ	210	52.50
ราคาเหมาะสม	234	58.50

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์เพราะสะดวกต่อการเดินทาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ คุณภาพด้านความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 67.25 ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 58.50 รวดเร็วในขั้นตอนบริการ คิดเป็นร้อยละ 52.50 พนักงานบริการดีประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 47.50 เจ้าของร้านอภัยาคัยดีเป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 41.50 และชื่อเสียงร้าน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ในด้านประเภทการให้บริการดูแลรักษารถยนต์

ประเภทการให้บริการ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์	200	23.17	178	20.63	378	43.80
ขัดและเคลือบสีรถยนต์	82	9.50	78	9.04	160	18.54
ขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ	13	1.51	39	4.52	52	6.03
ทำความสะอาดห้องเครื่อง	48	5.56	51	5.91	99	11.47
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	79	9.15	95	11.01	174	20.16

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.17 รองลงมาคือ ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 9.50 เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 9.15 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.56 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 1.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.63 รองลงมาคือ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 11.01 ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 9.04 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.91 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 4.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ในด้านรูปแบบร้านอาหารคาร์แคร์ที่ใช้บริการ

รูปแบบร้านอาหารคาร์แคร์ที่ใช้บริการ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดี่ยว	154	25.20	124	20.29	278	45.50
ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	98	16.04	73	11.95	171	27.99
ร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า	40	6.55	54	8.84	94	15.38
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ	30	4.91	38	6.22	68	11.13

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดี่ยวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.20 รองลงมาคือ ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 16.04 ร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 6.55 และร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.91 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเลือกใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดี่ยวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคือ ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 27.99 ร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 15.38 และร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ในด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	4	1.00	2	0.50	6	1.50
ระหว่าง 100-200 บาท	119	29.75	105	26.25	224	56.00
ระหว่าง 201-300 บาท	65	16.25	40	10.00	105	26.25
ระหว่าง 301-400 บาท	12	3.00	17	4.25	29	7.25
มากกว่า 400 บาทขึ้นไป	9	2.25	27	6.75	36	9.00
รวม	209	52.25	191	47.75	400	100

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.75 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.25 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.00 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.25 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.00 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.75 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.25 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดรถยนต์ ในด้านประเภทการใช้บริการดูแลรักษารถยนต์

ประเภทการใช้บริการ	ขนาดรถยนต์								รวม	
	เล็ก (S)		กลาง (M)		ใหญ่ (L)		ใหญ่พิเศษ (XL)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์	94	10.89	96	12.12	89	10.31	99	11.47	378	43.80
ขัดและเคลือบสีรถยนต์	39	4.52	35	4.06	42	4.87	44	5.10	160	18.54
ขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ	11	1.27	9	1.04	18	2.09	14	1.62	52	6.03
ทำความสะอาดห้องเครื่อง	17	1.97	22	2.55	29	3.36	31	3.59	99	11.47
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	38	4.40	45	5.21	51	5.91	40	4.63	174	20.16
รวม	199	23.99	207	23.99	229	26.54	228	26.42	863	100

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดเล็ก (S) ใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.89 รองลงมาคือ ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 4.52 เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 4.40 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 1.97 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 1.27 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (M) ใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.12 รองลงมาคือ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.21 ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 4.06 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.55 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 1.04 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่ (L) ใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.31 รองลงมาคือ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.91 ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 4.87 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.36 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 2.09 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) ใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.47 รองลงมาคือ ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 5.10 เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 4.63 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.59 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 1.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดรถยนต์ ในด้านรูปแบบร้านค้าที่ผู้ใช้บริการ

รูปแบบร้านค้าที่ผู้ใช้บริการ	ขนาดรถยนต์								รวม	
	เล็ก (S)		กลาง (M)		ใหญ่ (L)		ใหญ่พิเศษ (XL)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียว	63	10.31	70	11.46	71	11.62	74	12.11	278	45.50
ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	51	8.35	43	7.04	38	6.22	39	6.38	171	27.99
ร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า	17	2.78	23	3.76	32	5.24	22	3.60	94	15.38
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ	19	3.11	11	1.80	20	3.27	18	2.95	68	11.13
รวม	150	24.55	147	24.06	161	26.35	153	25.04	611	100

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดเล็ก (S) เลือกใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียวนานที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.31 รองลงมาคือ ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 8.35 ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.11 และร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 2.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (M) เลือกใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียวนานที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.46 รองลงมาคือ ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 7.04 ร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.76 และร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่ (L) เลือกใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียวนานที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.62 รองลงมาคือ ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 6.22 ร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.24 และร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.27 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) เลือกใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียวนานที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.11 รองลงมาคือ ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 6.38 ร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.60 และร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดรถยนต์ ในด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	ขนาดรถยนต์								รวม	
	เล็ก (S)		กลาง (M)		ใหญ่ (L)		ใหญ่พิเศษ (XL)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	1	0.25	3	0.75	0	0.00	2	0.50	6	1.50
ระหว่าง 100-200 บาท	49	12.25	61	15.25	55	13.75	59	14.75	224	56.00
ระหว่าง 201-300 บาท	37	9.25	23	5.75	20	5.00	25	6.25	105	26.25
ระหว่าง 301-400 บาท	4	1.00	7	1.75	14	3.50	4	1.00	29	7.25
มากกว่า 400 บาทขึ้นไป	9	2.25	6	1.50	11	2.75	10	2.50	36	9.00
รวม	100	25.00	100	25.00	100	25.00	100	25.00	400	100

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดเล็ก (S) มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.25 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.25 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.00 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (M) มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.25 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.75 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.75 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.50 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่ (L) มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.75 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.00 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.50 และค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.75 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.25 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.50 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.00 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดรถยนต์ ในด้านประเภทการใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ และจำแนกตามเพศ

ประเภทการใช้บริการ	เพศ	ขนาดรถยนต์								รวม	
		เล็ก (S)		กลาง (M)		ใหญ่ (L)		ใหญ่พิเศษ (XL)			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์	ชาย	54	6.26	48	5.56	41	4.75	57	6.60	200	23.17
	หญิง	40	4.63	48	5.56	48	5.56	42	4.87	178	20.63
ขัดและเคลือบสีรถยนต์	ชาย	20	2.32	20	2.32	19	2.20	23	2.67	82	9.50
	หญิง	19	2.20	15	1.74	23	2.67	21	2.43	78	9.04
ขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ	ชาย	4	0.46	2	0.23	4	0.46	3	0.35	13	1.51
	หญิง	7	0.81	7	0.81	14	1.62	11	1.27	39	4.52
ทำความสะอาดห้องเครื่อง	ชาย	11	1.27	9	1.04	10	1.16	18	2.09	48	5.56
	หญิง	6	0.70	13	1.51	19	2.20	13	1.51	51	5.91
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	ชาย	17	1.97	19	2.20	21	2.43	22	2.55	79	9.15
	หญิง	21	2.43	26	3.01	30	3.48	18	2.09	95	11.01
รวม		199	23.06	207	23.99	229	26.54	228	26.42	863	100

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดเล็ก (S) เพศชาย ใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.26 รองลงมาคือ ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 2.32 เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 1.97 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 1.27 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 0.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดเล็ก (S) เพศหญิง ใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.63 รองลงมาคือ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.43 ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 2.20 ขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 0.81 และทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (M) เพศชาย ใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.56 รองลงมาคือ ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 2.32 เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.20 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 1.04 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 0.23 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดเล็ก (M) เพศหญิง ใช้บริการล้างรถ และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.56 รองลงมาคือ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.01 ขัดและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 1.74 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 1.51 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 0.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่ (L) เพศชาย ใช้บริการล้างรถ และ/หรือ
ดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.75 รองลงมาคือ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็น
ร้อยละ 2.43 ขับและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 2.20 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ
1.16 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 0.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดเล็ก (L) เพศหญิง ใช้บริการล้างรถ และ/หรือ
ดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.56 รองลงมาคือ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็น
ร้อยละ 3.48 ขับและเคลือบสีรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 2.67 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็นร้อยละ
2.20 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 1.62 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) เพศชาย ใช้บริการล้างรถ
และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.60 รองลงมาคือ ขับและเคลือบสีรถยนต์
คิดเป็นร้อยละ 2.67 เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.55 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็น
ร้อยละ 2.09 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 0.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) เพศหญิง ใช้บริการล้างรถ
และ/หรือดูดฝุ่นภายในรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.87 รองลงมาคือ ขับและเคลือบสีรถยนต์
คิดเป็นร้อยละ 2.43 เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.09 ทำความสะอาดห้องเครื่อง คิดเป็น
ร้อยละ 1.51 และขัดเบาะ ฟอกเบาะ เคลือบเบาะ คิดเป็นร้อยละ 1.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดรถยนต์ ในด้าน
รูปแบบร้านค้าที่ให้บริการ และจำแนกตามเพศ

รูปแบบร้านค้าที่ให้บริการ	เพศ	ขนาดรถยนต์								รวม	
		เล็ก (S)		กลาง (M)		ใหญ่ (L)		ใหญ่พิเศษ (XL)			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ อย่างเดียว	ชาย	33	5.40	37	6.06	36	5.89	48	7.86	154	25.20
	หญิง	30	4.91	33	5.40	35	5.73	26	4.26	124	20.29
ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	ชาย	30	4.91	27	4.42	18	2.95	23	3.76	98	16.04
	หญิง	21	3.44	16	2.62	20	3.27	16	2.62	73	11.95
ร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า	ชาย	8	1.31	8	1.31	13	2.13	11	1.80	40	6.55
	หญิง	9	1.47	15	2.45	19	3.11	11	1.80	54	8.84
ร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ	ชาย	9	1.47	1	0.16	10	1.64	10	1.64	30	4.91
	หญิง	10	1.64	10	1.64	10	1.64	8	1.31	38	6.22
รวม		150	24.55	147	24.06	161	26.35	153	25.04	611	100

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) เพศหญิง เลือกใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.26 รองลงมาคือ ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 2.62 ร้านที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.80 และร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดรถยนต์ ในด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง และจำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	เพศ	ขนาดรถยนต์								รวม	
		เล็ก (S)		กลาง (M)		ใหญ่ (L)		ใหญ่พิเศษ (XL)			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	ชาย	1	0.25	2	0.50	0	0.00	1	0.25	4	1.00
	หญิง	1	0.25	1	0.25	0	0.00	1	0.25	3	0.75
ระหว่าง 100-200 บาท	ชาย	36	9.00	30	7.50	27	6.75	36	9.00	129	32.25
	หญิง	23	5.75	31	7.75	28	7.00	23	5.75	105	26.25
ระหว่าง 201-300 บาท	ชาย	19	4.75	13	3.25	5	1.25	19	4.75	56	14.00
	หญิง	6	1.50	10	2.50	15	3.75	6	1.50	37	9.25
ระหว่าง 301-400 บาท	ชาย	0	0.00	2	0.50	9	2.25	0	0.00	11	2.75
	หญิง	4	1.00	5	1.25	5	1.25	4	1.00	18	4.50
มากกว่า 400 บาทขึ้นไป	ชาย	2	0.50	2	0.50	5	1.25	2	0.50	11	2.75
	หญิง	8	2.00	4	1.00	6	1.50	8	2.00	26	6.50
รวม		100	25.00	100	25.00	100	25.00	100	25.00	400	100

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดเล็ก (S) เพศชาย มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.75 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.50 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (S) เพศหญิง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.75 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.00 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.50 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.00 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (M) เพศชาย มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.50 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.25 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.50 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.50 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (M) เพศหญิง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.50 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.25 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.00 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (L) เพศชาย มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.25 และค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.25 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.25

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (L) เพศหญิง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.00 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.75 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.50 และค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่ (XL) เพศชาย มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.75 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.50 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) เพศหญิง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.75 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.00 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.50 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.00 และค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคาดหวังของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อร้านค้าปลีกในเขต
บางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ถูกค้า
คาดหวังต่อร้านค้าปลีกในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	198 (49.50)	143 (35.57)	59 (14.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.34 มาก	1
ความหลากหลายของการ ให้บริการ	83 (20.75)	135 (33.75)	159 (39.75)	23 (5.80)	0 (0.00)	3.69 มาก	8
สามารถบริการได้ครั้งละหลายๆ คัน	99 (24.75)	162 (40.50)	122 (30.50)	17 (4.25)	0 (0.00)	3.85 มาก	6
การให้บริการเสริม เช่น เติมน้ำ กลั่น, เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง, เติมน้ำหม้อน้ำ, เติมน้ำที่ปิด น้ำฝน, พ่นกันสนิม	75 (18.75)	119 (29.75)	167 (41.75)	18 (4.50)	21 (5.25)	3.52 มาก	9
มีบริการด้านอื่นๆ เช่น อุปกรณ์ ประดับยนต์	41 (10.25)	104 (26.00)	166 (41.50)	67 (16.75)	22 (5.50)	3.18 ปานกลาง	10
มีการพัฒนา และปรับปรุงบริการ อย่างต่อเนื่อง	95 (23.75)	203 (50.75)	85 (21.25)	17 (4.25)	0 (0.00)	3.94 มาก	5
การนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการ บริการ	138 (34.50)	178 (44.50)	75 (18.75)	9 (2.25)	0 (0.00)	4.11 มาก	3
การใช้วัสดุ อุปกรณ์คุณภาพดี ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก	138 (34.50)	189 (47.25)	60 (15.00)	13 (3.25)	0 (0.00)	4.13 มาก	2
การรับประกันคุ้มครองความ เสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถยนต์	150 (37.50)	156 (39.00)	74 (18.50)	20 (5.00)	0 (0.00)	4.09 มาก	4
มีบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการ ดูแลรักษารถยนต์	116 (29.00)	140 (35.00)	110 (27.50)	29 (7.25)	5 (1.25)	3.83 มาก	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ ทำความสะอาดได้ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 4.34) การใช้วัสดุ อุปกรณ์ คุณภาพดี ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.13) การนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) การรับประกันคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีการพัฒนา และปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.94) สามารถบริการได้ครั้งละหลายๆ คัน (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความหลากหลายของการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และการให้บริการเสริม เช่น เติมน้ำกลั่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง เติมน้ำหม้อน้ำ เติมน้ำที่ปัดน้ำฝน พ่นกันสนิม (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการด้านอื่นๆ เช่น อุปกรณ์ประดับยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านราคาที่ลูกค้าคาดหวังต่อร้านค้าในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การตั้งราคาในการบริการที่ เหมาะสมกับคุณภาพ	153 (38.25)	174 (43.50)	73 (18.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.20 มาก	1
การตั้งราคาบริการเสริมที่ เหมาะสมกับคุณภาพ	119 (29.75)	175 (43.75)	104 (26.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.02 มาก	3
แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมี การเปลี่ยนแปลงราคา	148 (37.00)	174 (43.50)	76 (19.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.17 มาก	2
มีราคาค่าบริการที่หลากหลาย	108 (27.00)	160 (40.00)	119 (29.75)	13 (3.25)	0 (0.00)	3.90 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม						4.07 มาก	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ การตั้งราคาในการบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.20) แจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.17) การตั้งราคาบริการเสริมที่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีราคาค่าบริการที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ถูกค่าคาดหวังต่อร้านค้าปลีกในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	112 (28.00)	140 (35.00)	128 (32.00)	18 (4.50)	2 (0.50)	3.85 มาก	2
การสะสมจำนวนครั้งในการใช้บริการเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	96 (24.00)	161 (40.25)	128 (32.00)	14 (3.50)	1 (0.25)	3.84 มาก	4
การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสดกรณีใช้บริการมากกว่า 1 รายการ	117 (29.25)	134 (33.50)	127 (31.75)	19 (4.75)	3 (0.75)	3.85 มาก	2
การมีคู่มือป้องกันส่วนลดกรณีลูกค้ามาใช้บริการเป็นประจำ	116 (29.00)	146 (36.50)	115 (28.75)	21 (5.25)	2 (0.50)	3.88 มาก	1
การโฆษณาในอินเทอร์เน็ต	60 (15.00)	74 (18.50)	209 (52.25)	49 (12.25)	8 (2.00)	3.32 ปานกลาง	6
การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	53 (13.25)	50 (12.50)	191 (47.75)	77 (19.25)	29 (7.25)	3.05 ปานกลาง	7
จัดโปรโมชั่นลดราคาตามเทศกาลหรือแผนส่งเสริมการตลาดประจำปี	71 (17.75)	143 (35.75)	131 (32.75)	50 (12.50)	5 (1.25)	3.56 มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.62 มาก	

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ การมีคู่มือป้องกันส่วนลดกรณีลูกค้ามาใช้บริการเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.88) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสดกรณีใช้บริการมากกว่า 1 รายการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) การเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) การสะสมจำนวนครั้งในการใช้บริการเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และจัดโปรโมชั่นลดราคาตามเทศกาลหรือแผนส่งเสริมการตลาดประจำปี (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาในอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.32) และการโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.05) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลูกค้าคาดหวังต่อร้านค้าปลีกในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้เขตชุมชนและสะดวกต่อการเดินทาง	185 (46.25)	168 (42.00)	44 (11.00)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.33 มาก	1
ทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกันกับร้านอาหารหรือร้านกาแฟ	112 (28.00)	167 (41.75)	96 (24.00)	24 (6.00)	1 (0.25)	3.91 มาก	5
ทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	88 (22.00)	115 (28.75)	114 (28.50)	77 (19.25)	6 (1.50)	3.50 มาก	7
ทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต	83 (20.75)	130 (32.50)	120 (30.00)	54 (13.50)	13 (3.25)	3.54 มาก	6
มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ	81 (20.25)	69 (17.25)	145 (36.25)	84 (21.00)	21 (5.25)	3.26 ปานกลาง	8
สถานที่ที่กว้างขวาง สะอาด	138 (34.50)	186 (46.50)	61 (15.25)	14 (3.50)	1 (0.25)	4.11 มาก	4
ที่จอดรถเพียงพอ	157 (39.25)	170 (42.50)	67 (16.75)	5 (1.25)	1 (0.25)	4.19 มาก	3

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ถูกคัดค้านต่อร้านค้าปลีกในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีสถานที่รับรองลูกค้าเพียงพอ	185 (46.25)	154 (38.50)	46 (11.50)	11 (2.75)	4 (1.00)	4.26 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.89 มาก	

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้เขตชุมชน และสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีสถานที่รับรองลูกค้าเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.19) สถานที่กว้างขวาง สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.11) ทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกันกับร้านอาหารหรือร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย 3.54) และทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านกระบวนการที่ลูกค้าคาดหวังต่อร้านค้าปลีกในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การทักทายต้อนรับเมื่อเข้าไปในร้าน	150 (37.50)	162 (40.50)	82 (20.50)	5 (1.25)	1 (0.25)	4.13 มาก	9
มีการกำหนดเวลาในการบริการที่เหมาะสม	134 (33.50)	211 (52.75)	46 (11.50)	9 (2.25)	0 (0.00)	4.17 มาก	8
ช่วงระยะเวลาในการเริ่มนำรถเข้าใช้บริการจนการบริการแล้วเสร็จมีความเหมาะสม	163 (40.75)	178 (44.50)	49 (12.25)	8 (2.00)	2 (0.50)	4.23 มาก	7
การประสานงานระหว่างแผนกที่ดี	113 (28.25)	203 (50.75)	70 (17.50)	14 (3.50)	0 (0.00)	4.03 มาก	12
มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	184 (46.00)	155 (38.75)	56 (14.00)	3 (0.75)	2 (0.50)	4.29 มาก	5
การให้บริการที่รวดเร็ว	190 (47.50)	152 (38.00)	55 (13.75)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.32 มาก	3
การมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	117 (29.25)	110 (27.50)	118 (29.50)	45 (11.25)	10 (2.50)	3.69 มาก	14
มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	125 (31.25)	195 (48.75)	64 (16.00)	16 (4.00)	0 (0.00)	4.07 มาก	10
มีการให้บริการตามคิว ก่อน-หลัง	219 (54.75)	140 (35.00)	37 (9.25)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.43 มาก	1
มีความสะดวกของขั้นตอนในการรับบริการ	170 (42.50)	170 (42.50)	56 (14.00)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.26 มาก	6
มีระบบการทำงานที่มีมาตรฐาน	194 (4.50)	161 (40.25)	35 (8.75)	8 (2.00)	2 (0.50)	4.34 มาก	2
มีการสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า	127 (31.75)	182 (45.50)	76 (19.00)	13 (3.25)	2 (0.50)	4.04 มาก	11
มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ	187 (46.75)	162 (40.50)	38 (9.50)	10 (2.50)	3 (0.75)	4.30 มาก	4

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านกระบวนการที่ถูกคัดค้านต่อร้านค้าปลีกในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับงานบริการและการให้บริการมีความถูกต้องครบถ้วน เช่น มีใบรับงาน	123 (30.75)	187 (46.75)	74 (18.50)	14 (3.50)	2 (0.50)	4.03 มาก	13
ค่าเฉลี่ยรวม						4.17 มาก	

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ มีการให้บริการตามคิว ก่อน-หลัง (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีระบบการทำงานที่มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.34) การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีความสะดวกของขั้นตอนในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ช่วงระยะเวลาในการเริ่มนำรถเข้าใช้บริการจนการบริการแล้วเสร็จมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีการกำหนดเวลาในการบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.17) การทักทายต้อนรับเมื่อเข้าไปในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีการสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) การประสานงานระหว่างแผนกที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.03) การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับงานรับบริการและการให้บริการมีความถูกต้องครบถ้วน เช่น มีใบรับงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่ถูกคัดค้านต่อร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง	194 (48.50)	152 (38.00)	48 (12.00)	4 (1.00)	2 (0.50)	4.33 มาก	2
พนักงานใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการแก้ปัญหาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์	146 (36.50)	183 (45.75)	64 (16.00)	5 (1.25)	2 (0.50)	4.16 มาก	7
พนักงานมีอัธยาศัยและความเต็มใจในการให้บริการ	160 (40.00)	191 (47.75)	35 (8.75)	12 (3.00)	2 (0.50)	4.23 มาก	6
พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	165 (41.25)	189 (47.25)	40 (10.00)	6 (1.50)	0 (0.00)	4.28 มาก	4
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	195 (48.75)	152 (38.00)	42 (10.50)	10 (2.50)	1 (0.25)	4.32 มาก	3
พนักงานแต่งกายสุภาพ เหมาะสม	127 (31.75)	176 (44.00)	89 (22.25)	8 (2.00)	0 (0.00)	4.05 มาก	9
พนักงานมีความซื่อสัตย์	221 (55.25)	116 (29.00)	56 (14.00)	5 (1.25)	2 (0.50)	4.37 มาก	1
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	161 (40.25)	199 (49.75)	32 (8.00)	8 (2.00)	0 (0.00)	4.28 มาก	5
พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	137 (34.25)	191 (47.75)	59 (14.75)	13 (3.25)	0 (0.00)	4.13 มาก	8
ค่าเฉลี่ยรวม						4.24 มาก	

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) พนักงานพูดจาดี ใช้น้อยคำเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.28) พนักงานมีอัธยาศัยและความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการแก้ปัญหาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และพนักงานแต่งกายสุภาพ เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านกายภาพที่ถูกคัดค้านต่อร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านกายภาพ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะอาดของสถานที่และ ห้องน้ำ	206 (51.50)	134 (33.50)	59 (14.75)	0 (0.00)	1 (0.25)	4.36 มาก	1
การตกแต่งสถานที่สวยงาม ทันสมัย	133 (33.25)	163 (40.75)	92 (23.00)	11 (2.75)	1 (0.25)	4.04 มาก	7
บริเวณที่รอรับรถคิดแอร์ เย็น สบาย	156 (39.00)	158 (39.50)	50 (12.50)	34 (8.50)	2 (0.50)	4.08 มาก	6
มีอินเตอร์เน็ตให้บริการ	142 (35.50)	135 (33.75)	106 (26.50)	15 (3.75)	2 (0.50)	4.00 มาก	8
บริเวณที่รอรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน	156 (39.00)	175 (43.75)	48 (12.00)	19 (4.75)	2 (0.50)	4.16 มาก	3
การเปิดเพลงเบา ๆ ภายในร้าน	84 (21.00)	167 (41.75)	107 (26.75)	40 (10.00)	2 (0.50)	3.72 มาก	11
มีน้ำดื่มและเครื่องดื่ม(กาแฟ) บริการ	112 (28.00)	159 (39.75)	98 (24.50)	28 (7.00)	3 (0.75)	3.87 มาก	10
สถานที่ที่กว้างขวาง ที่นั่งพอเพียง สะดวกสบาย	132 (33.00)	197 (49.25)	50 (12.50)	18 (4.50)	3 (0.75)	4.09 มาก	5

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของปัจจัยด้านกายภาพที่ลูกค้าคาดหวังต่อร้านค้าปลีกในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านกายภาพ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย	140 (35.00)	186 (46.50)	68 (17.00)	6 (1.50)	0 (0.00)	4.15 มาก	4
เป็นสถานบริการที่มีชื่อเสียง ด้านคุณภาพในการบริการ	109 (27.25)	162 (40.50)	112 (28.00)	15 (3.75)	2 (0.50)	3.90 มาก	9
มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในรถยนต์	206 (51.50)	133 (33.25)	51 (12.75)	9 (2.25)	1 (0.25)	4.33 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.06 มาก	

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับมาก ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.33) บริเวณที่รองรับรถมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.15) สถานที่กว้างขวาง ที่นั่งพอเพียง สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.09) บริเวณที่รองรับรถติดแอร์ เย็นสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) การตกแต่งสถานที่สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีอินเตอร์เน็ตให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เป็นสถานบริการที่มีชื่อเสียง ด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีน้ำดื่มและเครื่องดื่ม(กาแฟ) บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และการเปิดเพลงเบา ๆ ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ถูกค้า
คาดหวังต่อร้านค้าปลีกในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความคาดหวัง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.87	มาก	6
ปัจจัยด้านราคา	4.07	มาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.62	มาก	7
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	มาก	5
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.17	มาก	2
ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.24	มาก	1
ปัจจัยด้านกายภาพ	4.06	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	มาก	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24)
ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย
4.06) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงสรุประดับความคาดหวังของปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้าคาดหวังต่อร้านอาหารในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคาดหวัง	ลำดับที่
มีการให้บริการตามคิว ก่อน-หลัง	กระบวนการ	4.44	มาก	1
พนักงานมีความซื่อสัตย์	พนักงานผู้ให้บริการ	4.37	มาก	2
ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ	กายภาพ	4.36	มาก	3
ทำความสะอาดได้ทั่วถึง	ผลิตภัณฑ์	4.35	มาก	4
มีระบบการทำงานที่มีมาตรฐาน	กระบวนการ	4.34	มาก	5
ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้เขตชุมชนและสะดวกต่อการเดินทาง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.34	มาก	5
มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในรถยนต์	กายภาพ	4.34	มาก	5
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง	พนักงานผู้ให้บริการ	4.33	มาก	8
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	พนักงานผู้ให้บริการ	4.33	มาก	8
การให้บริการที่รวดเร็ว	กระบวนการ	4.32	มาก	10

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการเรื่องทำความสะอาดได้ทั่วถึงอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ลำดับที่สองคือ ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการเรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงานอยู่ในระดับมาก ลำดับที่สามคือ ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการเรื่องความรู้และความชำนาญของพนักงานอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านค้าในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านค้าในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ปัญหา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ปัญหาดังรถไม่สะอาด	116	111	94	70	9	3.64 มาก	1
ปัญหาเกิดความเสียหายจากการให้บริการ	104	78	109	83	26	3.38 ปานกลาง	3
ปัญหาเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย	59	74	178	82	7	3.24 ปานกลาง	7
ปัญหาเรื่องราคาค่าบริการแพงเกินไป	69	107	108	104	12	3.29 ปานกลาง	5
ปัญหาเรื่องการเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก	67	166	75	75	17	3.48 ปานกลาง	2
ปัญหาเรื่องไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า	59	72	138	97	34	3.06 ปานกลาง	10
ปัญหาเรื่องพนักงานพูดจาไม่สุภาพ ไม่เหมาะสม	70	106	108	90	26	3.26 ปานกลาง	6
ปัญหาเรื่องไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า	53	119	111	95	22	3.22 ปานกลาง	8
ปัญหาเรื่องไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย	56	139	104	78	23	3.32 ปานกลาง	4
ปัญหาเรื่องสถานที่ให้บริการไม่สะอาด ไม่เรียบร้อย	57	112	118	82	31	3.21 ปานกลาง	9

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านค้า
แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ปัญหาระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.64)
ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก
(ค่าเฉลี่ย 3.48) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัด
หมาย (ค่าเฉลี่ย 3.32) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.29) พนักงานพูดจาไม่สุภาพ ไม่
เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.26) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.24) ไม่ได้แจ้ง
ค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.22) สถานที่ให้บริการไม่สะอาด ไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.21) และไม่มี
บริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.06) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านค้าในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านค้าในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ และอาชีพ ได้ดังนี้

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านค้าในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ปัญหา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
ล้างรถไม่สะอาด	3.53 มาก	1	3.76 มาก	1
รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ	3.25 ปานกลาง	6	3.51 มาก	3
เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย	3.29 ปานกลาง	4	3.18 ปานกลาง	8
ราคาค่าบริการแพงเกินไป	3.26 ปานกลาง	5	3.32 ปานกลาง	6
การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก	3.41 ปานกลาง	2	3.55 มาก	2
ไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า	3.11 ปานกลาง	10	3.02 ปานกลาง	10
พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม	3.15 ปานกลาง	8	3.38 ปานกลาง	4
ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า	3.13 ปานกลาง	9	3.30 ปานกลาง	7
ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย	3.31 ปานกลาง	3	3.33 ปานกลาง	5
สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย	3.22 ปานกลาง	7	3.18 ปานกลาง	8

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.41) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.31) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.29) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.26) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.25) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.22) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.15) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.13) และไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ทุกปัญหาระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.76) การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.55) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.38) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.33) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.32) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.30) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.18) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.18) และไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ปัญหา	อายุ			
	ไม่เกิน 35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
ล้างรถไม่สะอาด	3.72 มาก	1	3.82 มาก	1
รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ	3.35 ปานกลาง	6	3.69 มาก	2
เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย	3.33 ปานกลาง	7	3.57 มาก	3
ราคาค่าบริการแพงเกินไป	3.26 ปานกลาง	9	3.46 ปานกลาง	5
การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก	3.58 มาก	2	3.40 ปานกลาง	6
ไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า	3.39 ปานกลาง	5	3.20 ปานกลาง	10
พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม	3.11 ปานกลาง	10	3.36 ปานกลาง	7
ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า	3.40 ปานกลาง	4	3.32 ปานกลาง	8
ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย	3.56 มาก	3	3.48 ปานกลาง	4
สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย	3.28 ปานกลาง	8	3.30 ปานกลาง	9

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 35 ปี พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.72) การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.40) ไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.39) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.35) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.33) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.28) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.26) และพนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 35 ปี พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.82) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.48) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.46) การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.40) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.32) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.30) และไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านค้าปลีกในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ปัญหา	อาชีพ					
	พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน		ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
ห้างรถไม่สะอาด	3.63 มาก	1	3.47 ปานกลาง	1	4.12 มาก	1
รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ	3.44 ปานกลาง	2	3.15 ปานกลาง	5	3.82 มาก	3
เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ ทันสมัย	3.09 ปานกลาง	9	3.25 ปานกลาง	3	3.86 มาก	2
ราคาค่าบริการแพงเกินไป	3.31 ปานกลาง	5	3.12 ปานกลาง	6	3.66 มาก	7
การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก	3.55 มาก	2	3.26 ปานกลาง	2	3.81 มาก	4
ไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า	2.97 ปานกลาง	10	2.90 ปานกลาง	10	3.65 มาก	9
พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม	3.24 ปานกลาง	7	3.16 ปานกลาง	4	3.71 มาก	6
ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า	3.20 ปานกลาง	8	3.11 ปานกลาง	8	3.73 มาก	5
ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย	3.39 ปานกลาง	4	3.12 ปานกลาง	6	3.66 มาก	7
สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย	3.27 ปานกลาง	6	2.96 ปานกลาง	9	3.63 มาก	10

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆ ได้แก่ นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.63) การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.39) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.31) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.27) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.24) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.20) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.09) และไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน ระดับปานกลาง ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.47) การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.26) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.25) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.16) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.15) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.12) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.12) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.11) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.96) และไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน ระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.12) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.86) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.71) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.66) ไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) และสถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการร้านค้าในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดรถยนต์

ปัญหา	ขนาดรถยนต์							
	เล็ก (S)		กลาง (M)		ใหญ่ (L)		ใหญ่พิเศษ (XL)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
ล้างรถไม่สะอาด	3.84 มาก	1	3.59 มาก	1	3.53 มาก	1	3.59 มาก	1
รถเกิดความเสียหายจากการ ให้บริการ	3.55 มาก	4	3.24 ปานกลาง	4	3.40 ปานกลาง	2	3.32 ปานกลาง	6
เครื่องมือและอุปกรณ์การ ทำงานไม่ทันสมัย	3.50 มาก	5	3.14 ปานกลาง	7	3.11 ปานกลาง	6	3.21 ปานกลาง	9
ราคาค่าบริการแพงเกินไป	3.48 ปานกลาง	6	3.17 ปานกลาง	5	3.18 ปานกลาง	4	3.34 ปานกลาง	5
การเดินทางมาใช้บริการไม่ สะดวก	3.58 มาก	3	3.48 ปานกลาง	2	3.36 ปานกลาง	3	3.49 ปานกลาง	2
ไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า	3.26 ปานกลาง	10	2.93 ปานกลาง	10	3.02 ปานกลาง	9	3.04 ปานกลาง	10
พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่ เหมาะสม	3.48 ปานกลาง	6	3.09 ปานกลาง	8	3.12 ปานกลาง	5	3.35 ปานกลาง	3
ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า	3.47 ปานกลาง	8	3.09 ปานกลาง	8	3.08 ปานกลาง	7	3.22 ปานกลาง	8
ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัด หมาย	3.63 มาก	2	3.25 ปานกลาง	3	3.04 ปานกลาง	8	3.35 ปานกลาง	3
สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่ เรียบร้อย	3.47 ปานกลาง	8	3.17 ปานกลาง	5	2.94 ปานกลาง	10	3.24 ปานกลาง	7

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดเล็ก (S) พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านค้าในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.84) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.63) การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.58) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.48) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.48) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47) และไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดกลาง (M) พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.48) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.25) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.17) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.17) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.14) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.09) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.09) และไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่ (L) พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.40) การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.36) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.18) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.12) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.11) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.08) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.04) ไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.02) และสถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของรถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) พบปัญหาจากการเข้าใช้บริการร้านคาร์แคร์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ระดับมาก ได้แก่ ล้างรถไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ การเดินทางมาใช้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.49) พนักงานพูดจาไม่สุภาพไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.35) ไม่ได้รับรถตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.35) ราคาค่าบริการแพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.34) รถเกิดความเสียหายจากการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.32) สถานที่ให้บริการไม่สะอาดไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.24) ไม่ได้แจ้งค่าบริการล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.22) เครื่องมือและอุปกรณ์การทำงานไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.21) และไม่มีบริการรับส่งรถให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.04) ตามลำดับ