

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ผลการศึกษสามารถแบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่เคยใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ประเภทของรถยนต์ ยี่ห้อของรถยนต์ และอายุเฉลี่ยของรถยนต์
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย เวลาเมื่อใช้บริการ ลักษณะการเคยใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการในระยะเวลา 5 ปี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง บุคคลแนะนำในการใช้บริการ ชื่ออู่เคาะพ่นสีรถยนต์ที่ใช้บริการครั้งล่าสุด เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ผู้จัดหาอะไหล่ ชนิดของอะไหล่ และผู้ชำระค่าซ่อมรถยนต์
3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ
4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำแนกตามประเภทของรถยนต์
5. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน อยู่ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล(รถปิกอัพ) ยี่ห้อฮิซุซุ ซึ่งมีอายุรถยนต์เฉลี่ยมากกว่า 5 ปี สำหรับผู้ที่เป็นเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง)นั้น ส่วนใหญ่ใช้ยี่ห้อฮอนด้า ซึ่งมีอายุรถยนต์เฉลี่ยมากกว่า 5 ปี ส่วนผู้ที่มีรถยนต์ทั้ง 2 ประเภทนั้น ส่วนใหญ่มีรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล(รถปิกอัพ) ยี่ห้อฮิซุซุ ซึ่งมีอายุรถยนต์เฉลี่ยมากกว่า 5 ปี และมีรถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง)ยี่ห้อฮอนด้า และมีอายุรถยนต์เฉลี่ยมากกว่า 5 ปี

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์เมื่อเกิดอุบัติเหตุโดยมีลักษณะของการเคยใช้บริการ คือ ซ่อมเบา (ระยะเวลาการซ่อมไม่เกิน 7 วัน) มีความถี่ในการใช้บริการจำนวน 1 ครั้งในระยะเวลา 5 ปี และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีเพื่อนและผู้ร่วมงานเป็นบุคคลแนะนำในการใช้บริการ ซึ่งอู่สุบินการช่างเป็นอู่ที่เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการครั้งล่าสุด โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการคือคุณภาพของงานเคาะพ่นสีเหมือนสีเดิม หากเจ้าของรถยนต์ต้องการเปลี่ยนอะไหล่ ส่วนใหญ่จะให้อู่เคาะพ่นสีรถยนต์เป็นผู้จัดหาอะไหล่ให้ โดยชนิดของอะไหล่ที่เปลี่ยนนิยมใช้เป็นของแท้ และส่วนใหญ่เจ้าของรถยนต์จะเป็นผู้ชำระค่าซ่อมเองในการใช้บริการ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

พบว่าเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จัดอันดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ อันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสอง คือ ปัจจัยด้านราคา และอันดับสาม คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ

ตารางที่ 38 สรุปค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	มาก	ระดับมากที่สุด - อายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่น
2. ด้านราคา	3.74	มาก	ระดับมาก - ราคาซ่อมสมเหตุสมผล - ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง
3. ด้านสถานที่	3.52	มาก	ระดับมาก - มีความสะดวกในการเดินทาง
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.25	ปานกลาง	ระดับมาก - การให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการ
5. ด้านบุคคล	4.01	มาก	ระดับมากที่สุด - ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.93	มาก	ระดับมาก - อากาศถ่ายเทดีและแสงสว่างเพียงพอ - มีห้องรับรองและห้องน้ำ - สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย - มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย
7. ด้านกระบวนการ	4.00	มาก	ระดับมาก - เวลาเปิด-ปิดของอู่สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ - มีการนัดหมายตรงเวลา - มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า - มีการโทรให้มารับรถ/บริการรับส่งรถแก่ลูกค้า

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สรุปได้ว่า

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่น

**ปัจจัยด้านราคา** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าซ่อมสมเหตุสมผล และราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง

**ปัจจัยด้านสถานที่** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ

**ปัจจัยด้านบุคคล** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อากาศถ่ายเทดีและแสงสว่างเพียงพอ มีห้องรับรองและห้องน้ำ สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของอู่สะดวกต่อการใช้บริการ มีการนัดหมายตรงเวลา มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า และมีการโทรให้มารับรถ/บริการรับส่งรถแก่ลูกค้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวนตามประเภทของรถยนต์

ตารางที่ 39 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผู้เช่ารถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง  
จำนวนตามประเภทของรถยนต์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รถถัง : 127 คัน			รถปิกอัพ : 162 คัน			รถถัง 2 ประเภท : 29 คัน		
	ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด	ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด	ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด
1. ผลิตภัณท์	4.28	มาก	ระดับมากที่สุด - คุณภาพของงานเคาะพ่นสีรถยนต์ - อายุใช้งานของสีที่ใช้พ่น	4.06	มาก	ระดับมาก - ชื่อเสียงของยี่ห้อที่รู้จักกันทั่วไป - ชื่อของสีที่ใช้ - คุณภาพของงานเคาะพ่นสีรถยนต์ - อายุใช้งานของสีที่ใช้พ่น	4.34	มาก	ระดับมากที่สุด - คุณภาพของงานเคาะพ่นสีรถยนต์ - อายุใช้งานของสีที่ใช้พ่น
2. ราคา	3.85	มาก	ระดับมาก - ราคาค่าซ่อมสมเหตุสมผล - ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	3.67	มาก	ระดับมาก - ราคาค่าซ่อมสมเหตุสมผล - ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	3.70	มาก	ระดับมาก - ราคาค่าซ่อมสมเหตุสมผล - ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง
3. สถานที่	3.60	มาก	ระดับมาก - ใกล้เคียงที่พักอาศัย - มีความสะดวกในการเดินทาง	3.51	มาก	ระดับมาก - มีความสะดวกในการเดินทาง	3.22	ปานกลาง	ระดับมาก - มีความสะดวกในการเดินทาง
4. การส่งเสริมการตลาด	3.24	ปานกลาง	ระดับมาก - การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการ	3.27	ปานกลาง	ระดับมาก - การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการ	3.21	ปานกลาง	ระดับมาก - การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดบริการ	รถถัง : 127 คัน		รถปิกอัพ : 162 คัน		รถถัง 2 ประเภท : 29 คัน		
	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล	
5. บุคคล	4.12	มากที่สุด - ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ในการทำงาน	3.91	มาก ระดับมาก - ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม - ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส - ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของ ลูกค้า - ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ในการทำงาน	4.10	มาก ระดับมากที่สุด - ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ในการทำงาน	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด
6. ลักษณะ ทางกายภาพ	4.01	ระดับมาก - อากาศถ่ายเทดี/แสงสว่างเพียงพอ - มีห้องรับรองและห้องน้ำ - สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย - มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	3.88	มาก ระดับมาก - อากาศถ่ายเทดี/แสงสว่างเพียงพอ - มีห้องรับรองและห้องน้ำ - สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย - มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	3.79	มาก ระดับมาก - อากาศถ่ายเทดี/แสงสว่างเพียงพอ - มีห้องรับรองและห้องน้ำ - สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย - มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	ระดับมากที่สุด - อากาศถ่ายเทดี/แสงสว่างเพียงพอ - มีห้องรับรองและห้องน้ำ - สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย - มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย
7. กระบวนการ	4.13	ระดับมาก - มีป้ายบอกแผนกของงานซ่อม - เวลาเปิด-ปิดของตู้สะดวกต่อการ ใช้บริการ - มีการนัดหมายตรงเวลา - มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า - มีการโทร ให้มารับรถ/บริการรับส่ง รถแก่ลูกค้า	3.92	มาก ระดับมาก - เวลาเปิด-ปิดของตู้สะดวกต่อการ ใช้บริการ - มีการนัดหมายตรงเวลา - มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า - มีการโทร ให้มารับรถ/บริการรับส่ง รถแก่ลูกค้า	3.84	มาก ระดับมาก - เวลาเปิด-ปิดของตู้สะดวกต่อการ ใช้บริการ - มีการนัดหมายตรงเวลา - มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า - มีการโทร ให้มารับรถ/บริการรับส่ง รถแก่ลูกค้า	ระดับมากที่สุด - เวลาเปิด-ปิดของตู้สะดวกต่อการ ใช้บริการ - มีการนัดหมายตรงเวลา - มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า - มีการโทร ให้มารับรถ/บริการรับส่ง รถแก่ลูกค้า

จากตารางที่ 39 พบว่าเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง)ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถเช่าส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของงานเช่าส่วนบุคคลและอายุการใช้งานของรถที่เช่า

**ปัจจัยด้านราคา** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถเช่าส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเช่าต่อวันเหมาะสม และราคาเช่าต่อไมล์ใกล้เคียงกับคู่แข่ง

**ปัจจัยด้านสถานที่** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถเช่าส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถเช่าส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ

**ปัจจัยด้านบุคคล** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถเช่าส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถเช่าส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อากาศถ่ายเทดีและแสงสว่างเพียงพอ มีห้องรับรองและห้องน้ำ สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถเช่าส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีป้ายบอกแผนกของงานซ่อม เวลาเปิด-ปิดของตู้สะดวกต่อการใช้บริการ มีการนัดหมายตรงเวลา มีการแจ้งค่าเช่าล่วงหน้า และมีการโทรให้มารับรถ/บริการรับส่งรถแก่ลูกค้า

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล(รถปิกอัพ)ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของผู้เป็นที่รู้จักกันทั่วไป ยี่ห้อของสีที่ใช้พ่น คุณภาพของงานเคาะฟันสีรถยนต์และอายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่น

**ปัจจัยด้านราคา** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าซ่อมสมเหตุสมผล และราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง

**ปัจจัยด้านสถานที่** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ

**ปัจจัยด้านบุคคล** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า และผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อากาศถ่ายเทดีและแสงสว่างเพียงพอ มีห้องรับรองและห้องน้ำ สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของตู้สะดวกต่อการใช้บริการ มีการนัดหมายตรงเวลา มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า และมีการโทรให้มารับรถ/บริการรับส่งรถแก่ลูกค้า



เจ้าของรถยนต์ทั้ง 2 ประเภท(รถเก๋งและรถปิกอัพ) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของงานเคาะพ่นสีรถยนต์และอายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่น

**ปัจจัยด้านราคา** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าซ่อมสมเหตุสมผล และราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง

**ปัจจัยด้านสถานที่** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ

**ปัจจัยด้านบุคคล** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อากาศถ่ายเทดีและแสงสว่างเพียงพอ มีห้องรับรองและห้องน้ำ สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของอู่สะดวกต่อการใช้บริการ มีการนัดหมายตรงเวลา มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า และมีการโทรให้มารับรถ/บริการรับส่งรถแก่ลูกค้า

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการใช้บริการของอู่เคาะพ่นสีรถยนต์

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามปัญหาที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการใช้บริการอู่เคาะพ่นสีรถยนต์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหา	ร้อยละของ เจ้าของรถยนต์
1. ราคาซ่อมแพงเกินไป	51.3
2. คุณภาพของงานเคาะพ่นสีต่ำ	44.3
3. มีการนัดหมายไม่ตรงเวลา	44.3
4. อายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่นสั้น	40.9
5. ไม่มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า	26.4
6. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ไม่ทันสมัย	24.5
7. ผู้ให้บริการไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า	22.3
8. ยี่ห้อของสีที่ใช้พ่นไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย	21.7
9. ไม่มีการโทรให้มารับรถ/บริการรับส่งลูกค้า	18.9
10. ผู้ให้บริการพูดจาไม่สุภาพเรียบร้อย	17.9
11. สถานที่ไม่มีความสะอาดเรียบร้อย	17.6
12. ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง	15.7
13. อื่นๆ	7.2

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ผู้ให้บริการไม่มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

จากเจ้าของรถยนต์ จำนวน 318 ราย

จากตารางที่ 40 พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่พบปัญหาเรื่องราคาซ่อมแพงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาเป็นเรื่องคุณภาพของงานเคาะพ่นสีต่ำและมีการนัดหมายไม่ตรงเวลา คิดเป็นร้อยละ 44.3 เท่ากัน และเรื่องอายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่นสั้น คิดเป็นร้อยละ 40.9

## อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการผู้เคาะพ่นสีรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปางในครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 องค์ประกอบ(7 P's) โดยจากการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้ ดังนี้

### ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการของอคุลย์ จาตุรงค์กุล ได้กล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดของ Philip Kotler ว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ(Marketing Mix หรือ 7 Ps) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ จากการศึกษาพบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีดังกล่าว เนื่องจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 องค์ประกอบ(7 P's) มีผลต่อการเลือกใช้บริการผู้เคาะพ่นสีรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ทุกปัจจัย โดยพิจารณาจากการมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่างๆอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยเจ้าของรถยนต์จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ดังนี้ อันดับที่หนึ่ง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านราคา อันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ สำหรับรายละเอียดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ปัจจัยที่เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญ ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผู้เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่น

**ปัจจัยด้านราคา** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผู้เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าซ่อมสมเหตุสมผล และราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผู้เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของอู่สะดวกต่อการใช้บริการ มีการนัดหมายตรงเวลา มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า และมีการทรมให้มารับรถ/บริการรับส่งรถแก่ลูกค้า

**ปัจจัยด้านบุคคล** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผู้เคาะพ่นสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน

**ปัจจัยด้านสถานที่** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะฟันสิรยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะฟันสิรยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อากาศถ่ายเทดีและแสงสว่างเพียงพอ มีห้องรับรองและห้องน้ำ สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอู่เคาะฟันสิรยนต์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ

จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 องค์ประกอบ(7 P's) การตลาดบริการจะประกอบไปด้วยการตลาด 3 ประเภท คือ

1. External Marketing ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
2. Internal Marketing ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล
3. Interactive Marketing ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการตลาดบริการที่ประกอบด้วยการตลาด 3 ประเภทดังกล่าว สามารถพิจารณาได้ว่าเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญกับการตลาดประเภท External Marketing มากที่สุด โดยพิจารณาจากการมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับที่ 1 และปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับที่ 2 รองลงมาเป็นการตลาดประเภท Interactive Marketing โดยพิจารณาจากการมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการเป็นอันดับที่ 3 และต่อมาเป็นการตลาดประเภท Internal Marketing โดยพิจารณาจากการมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล เป็นอันดับที่ 4

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องคุณภาพของงานเคาะฟันสิรยนต์และอายุการใช้งานของสีที่ใช้ฟัน มีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การพัฒนาฝีมือแรงงานด้วยการฝึกอบรมแบบ On The Job Training : กรณีศึกษาธุรกิจซ่อมรถยนต์ ของ เอื้อพันธ์ เพ็ชรราภรณ์ พบว่ารูปแบบการแข่งขันของศูนย์บริการซ่อมรถยนต์มีลักษณะเป็นการแข่งขันที่ไม่ใช้ราคา แต่เน้นการแข่งขันทางด้านบริการและมาตรฐานการทำงาน

### ข้อค้นพบ

เจ้าของรถยนต์ที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง) ส่วนใหญ่มีรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า และเจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล(รถปิกอัพ) ส่วนใหญ่มีรถยนต์ยี่ห้ออิชูซุ ส่วนเจ้าของรถยนต์ที่มีรถยนต์ทั้ง 2 ประเภทนั้น ส่วนใหญ่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง)ยี่ห้อฮอนด้า และมีรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล(รถปิกอัพ) ยี่ห้ออิชูซุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงของอู่เป็นที่รู้จักทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับมาก)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องมีการให้เครดิต/ใช้บัตรเครดิตชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง)

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับมาก)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการแจกของแถม มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง)

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่า เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องอากาศถ่ายเทดีและแสงสว่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับมาก)

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องมีป้ายบอกแผนกของงานซ่อม มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง)

### ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์ ในการวางแผนดำเนินงานและผู้ที่สนใจทั่วไป ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ ในด้านผลิตภัณฑ์ เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญมากที่สุดในการปัจจัยอายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่น ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพของงานเคาะฟันสีสูง และอายุการใช้งานของสีที่ใช้พ่นที่ยาวนาน โดยการใช้ผลิตภัณฑ์สีที่มีคุณภาพและมีการรับรองคุณภาพจากสถาบันรับรองที่น่าเชื่อถือ

**ปัจจัยด้านราคา** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ ในด้านราคา เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญมากในปัจจัยราคาค่าซ่อมสมเหตุสมผลและราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรตั้งราคาซ่อมให้สมเหตุสมผลและไม่แตกต่างจากคู่แข่งมากนัก โดยการอ้างอิงจากราคากลางกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์

**ปัจจัยด้านสถานที่** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยมีความสะดวกในการเดินทาง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรก่อตั้งสถานประกอบการให้มีความสะดวกในการเดินทาง กล่าวคือ ต้องมีระบบขนส่งมวลชนที่ดี

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญมาก ในปัจจัยการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดทำเอกสารให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ รวมทั้งขั้นตอนต่างๆในระบบกระบวนการทำงาน

**ปัจจัยด้านบุคคล** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญมากที่สุดในการปัจจัยผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดการฝึกอบรมแก่พนักงานในเรื่องของการให้บริการที่ดีและเทคนิคการทำงานที่ถูกต้อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ เจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญมากทุกปัจจัย ได้แก่ อากาศถ่ายเทดีและแสงสว่างเพียงพอ มีห้องรับรองและห้องน้ำ สถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดสถานที่ให้มีความสะอาดเรียบร้อย มีห้องรับรองและห้องน้ำไว้คอยบริการลูกค้า และมีการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่อที่จะช่วยให้งานเคาะฟันสีรถยนต์มีคุณภาพและมาตรฐานสูงสุด

ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่เคาะฟันสีรถยนต์ เจ้าของรถยนต์ ให้ความสำคัญมาก ในปัจจัยต่างๆ ได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของอู่สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ มีการนัดหมายตรงเวลา มีการแจ้งค่าซ่อมล่วงหน้า และมีการโทรให้มารับรถ / บริการรับส่งลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อการให้บริการแก่ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ โดยการรวบรวมข้อคิดเห็นต่างๆ จากลูกค้าหลังเข้ารับบริการ เพื่อนำไปแก้ไขและปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University