

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการศึกษาได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำนวน 200 ราย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 8 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และประเภทรถยนต์ที่ใช้ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2 ถึง 8)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการล้าง-อัดฉีดของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ประเภทของบริการล้าง-อัดฉีดที่ใช้ สถานที่ที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ระยะเวลาที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการล้าง-อัดฉีดต่อเดือนวันที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ช่วงเวลาที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการช่วงเวลาที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 9 ถึง 15)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ประกอบด้วย ผลึกภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ภายนอก ภาระบวณการบริการ(ตารางที่ 16 ถึง 23)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ด้านผลึกภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ภายนอก ภาระบวณการบริการ(ตารางที่ 24 ถึง 31)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ด้านผลึกภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ภายนอก ภาระบวณการบริการ (ตารางที่ 32 ถึง 39)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ภายนอก ภาวะภาพ กระบวนการบริการ (ตารางที่ 40 ถึง 47)

ส่วนที่ 7 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการบริการ (ตารางที่ 48 ถึง 55)

ส่วนที่ 8 ปัญหาที่พบในการบริการล้าง-อัดฉีดของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 56)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	127	63.5
หญิง	73	36.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.5 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 36.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18	-	-
18 – 30 ปี	19	9.5
31 – 40 ปี	62	31.0
41 – 50 ปี	54	27.0
51 – 60 ปี	65	32.5
60 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดมีอายุ 51 – 60 ปี มากที่สุด ร้อยละ 32.5 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี ร้อยละ 31.0 และ 41-50 ปี ร้อยละ 27.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	76	38.0
สมรส	119	59.5
หม้าย/หย่าร้าง	5	2.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดส่วนใหญ่ มีสถานสมรส ร้อยละ 59.5 รองลงมาได้แก่ มีสถานโสดร้อยละ 38.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	25	12.5
ข้าราชการ	50	25.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	44	22.0
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	43	21.5
เจ้าของกิจการ	38	19.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดประกอบอาชีพข้าราชการ มากที่สุด ร้อยละ 25.0 รองลงมาได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 22.0 พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามราย  
ได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	6	3.0
5,000 – 10,000 บาท	48	24.0
10,001 – 15,000 บาท	66	33.0
15,001 – 20,000 บาท	59	29.5
มากกว่า 20,000 บาท	21	10.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 29.5 และมีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 24.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตาม  
ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3	1.5
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	41	20.5
อนุปริญญา หรือ ปวส.	90	45.0
ปริญญาตรี	56	28.0
สูงกว่าปริญญาตรี	10	5.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดศึกษาอยู่ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. มากที่สุด ร้อยละ 45.0 รองลงมาได้แก่ ปริญญาตรี ร้อยละ 28.0 และมัธยมศึกษา หรือ ปวช. ร้อยละ 20.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ประเภทรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง)	110	55.0
รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล(รถกระบะ)	60	30.0
มีรถยนต์ทั้ง 2 ประเภท	30	15.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดส่วนใหญ่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง) ร้อยละ 55.0 รองลงมาได้แก่ รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล(รถกระบะ) ร้อยละ 30.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามประเภทของธุรกิจล้าง-อัดฉีด

ประเภทของธุรกิจล้าง-อัดฉีด	จำนวน	ร้อยละ
ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน	66	33.0
ร้านที่ทำธุรกิจล้าง-อัดฉีดอย่างเดียว	67	33.5
ให้บริการทั้ง 2 ประเภท	67	33.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจล้าง-อัดฉีดอย่างเดียว และให้บริการทั้ง 2 ประเภทมากที่สุด ร้อยละ 33.5 รองลงมา ได้แก่ ร้านที่อยู่ในบริเวณปั้มน้ำมัน ร้อยละ 33.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด

สถานที่ที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน/ที่พัก	58	29.0
ใกล้ที่ทำงาน	62	31.0
ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า	70	35.0
ใกล้โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	10	5.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการล้าง-อัดฉีดที่ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้ามากที่สุด ร้อยละ 35.0 รองลงมาได้แก่ ใช้บริการ ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 31.0 และใช้บริการ ใกล้บ้าน/ที่พัก ร้อยละ 29.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามวันที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด

วันที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-ศุกร์	71	35.5
วันเสาร์-อาทิตย์	129	64.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ส่วนใหญ่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 64.5 รองลงมาได้แก่ใช้บริการวันวันจันทร์-ศุกร์ ร้อยละ 35.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ช่วงเวลาที่ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
8.00 – 12.00 น.	-	-
12.01 – 16.00 น.	104	52.0
16.01 – 20.00 น.	96	48.0
20.01 – 24.00 น.	-	-
หลัง 24.00 น.	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ส่วนใหญ่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ช่วงเวลา 12.01 – 16.00 น. ร้อยละ 52.0 รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. ร้อยละ 48.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามเวลาต่อครั้งที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด

เวลาต่อครั้งที่ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	73	36.5
1 – 2 ชั่วโมง	101	50.5
2 – 3 ชั่วโมง	14	7.0
3 – 4 ชั่วโมง	12	6.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ส่วนใหญ่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง ร้อยละ 50.5 รองลงมา ได้แก่ ครั้งละ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 36.5 ตามลำดับ



ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตาม  
จำนวนครั้งการใช้บริการ เฉลี่ยใน 1 เดือน

จำนวนครั้งเฉลี่ยใน 1 เดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	59	29.5
1 ครั้ง/เดือน	126	63.0
2 ครั้ง/เดือน	15	7.5
3 ครั้ง/เดือน	-	-
รวม	200	100

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดส่วนใหญ่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 63.0 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 29.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามค่า  
ใช้จ่ายในการใช้บริการล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	-	-
101-150 บาท	103	51.5
151-200 บาท	97	48.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด ส่วนใหญ่จ่ายค่าบริการล้าง-อัดฉีดครั้งละ 101-150 บาท ร้อยละ 51.5 รองลงมาได้แก่ 151-200 บาท ร้อยละ 48.5

ส่วนที่ 3 บังคับส่วนประมวลกฎหมายการศาลาบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด  
 ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำนวนตามส่วนประมวลกฎหมายการศาลาบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มี  
 อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนประมวลกฎหมายการศาลาบริการด้าน ผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล (ลำดับที่)
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่า เฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
											จำนวน	ร้อยละ	
1. สามารถล้าง-อัดฉีดได้ครั้งละหลาย ๆ คัน	22	11.0	75	37.5	87	43.5	12	6.0	4	2.0	3.50	มาก (4)	
2. มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย	13	6.5	100	50.0	80	40.0	6	3.0	1	0.5	3.60	มาก (3)	
3. มีอุปกรณ์ประกอบบริการล้าง-อัดฉีดครบครัน	8	4.0	60	30.0	119	59.5	13	6.5	-	-	3.31	ปานกลาง (7)	
4. ทำความสะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม	1	.5	66	33.0	130	65.0	3	1.5	-	-	3.32	ปานกลาง (6)	
5. ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	18	9.0	125	62.5	56	28.0	1	0.5	-	-	3.80	มาก (2)	
6. ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เปื้อนรอยขีดข่วน(ความ ปลอดภัย)	43	21.5	140	70.0	17	8.5	-	-	-	-	4.13	มาก (1)	
7. มีบริการด้านอื่น ๆ เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง อัตรามี จำนวน่ายอุปกรณ์ต่างรถยนต์ เป็นต้น	6	3.0	83	41.5	92	46.0	19	9.5	-	-	3.38	ปานกลาง (5)	
ค่าเฉลี่ยรวม											3.58	มาก	

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด  
บริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก  
(ค่าเฉลี่ย3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก  
ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.13) ร้านมีชื่อเสียงเป็น  
ที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.80) มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.60) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำนวนตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										แปลผล (ลำดับที่)	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ราคาล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง	49	24.5	114	57.0	33	16.5	4	2.0	-	-	4.04	มาก(1)
2. ราคาสมาชิก	13	6.5	95	47.5	89	44.5	3	1.5	-	-	3.59	มาก (2)
3. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน	8	4.0	89	44.5	103	51.5	-	-	-	-	3.52	มาก (3)
4. ราคาของบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ถ้ำน้ำ บ้านเครื่อง	5	2.5	90	45.0	91	45.5	9	4.5	5	2.5	3.40	ปานกลาง(4)
ค่าเฉลี่ยรวม											3.65	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้างอัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.04) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.59) และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำนวนตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางทางการจัด  
จำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล (ลำดับที่)
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่า เฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน	23	11.5	99	49.5	74	37.0	3	1.5	1	0.5	3.70	มาก(1)	
2. การคมนาคมสะดวก	15	7.5	97	48.5	82	41.0	6	3.0	-	-	3.60	มาก(2)	
3. ที่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า	10	5.0	68	34.0	109	54.5	13	6.5	-	-	3.37	ปานกลาง(๑)	
4. ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	4	2.0	82	41.0	112	56.0	2	1.0	-	-	3.44	ปานกลาง(3)	
5. ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	21	10.5	50	25.0	126	63.0	3	1.5	-	-	3.39	ปานกลาง(4)	
ค่าเฉลี่ยรวม											3.50	มาก	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.70) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.60) และที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง(ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการต่าง-อัคคีต จำนวนตามส่วนประมวลบริการด้านการส่งเสริมการ  
ตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการต่าง-อัคคีต

ส่วนประมวลผลการตลาดบริการด้านการ ส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														แปดผล (ลำดับที่)
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. มีการมีครัวสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ ต่าง ๆ	13	6.5	90	45.0	91	45.5	6	3.0	-	-	-	-	3.55	มาก(7)	
2. การโฆษณาในนิตยสารวารสาร	18	9.0	92	46.0	85	42.5	5	2.5	-	-	-	-	3.61	มาก(6)	
3. การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	28	14.0	111	55.5	60	30.0	1	0.5	-	-	-	-	3.83	มาก(1)	
4. การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต	26	13.0	110	55.0	62	31.0	2	1.0	-	-	-	-	3.80	มาก(2)	
5. การลดราคาในช่วงเวลาของวันหรือใน บางโอกาส	9	4.5	91	45.5	92	46.0	7	3.5	1	0.5	-	-	3.50	มาก(8)	
6. การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้ บริการ	18	9.0	95	47.5	84	42.0	3	1.5	-	-	-	-	3.64	มาก(5)	
7. การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบบิว	14	7.0	111	55.5	74	37.0	1	0.5	-	-	-	-	3.69	มาก(3)	
8. มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ	16	8.0	110	55.0	69	34.5	5	2.5	-	-	-	-	3.68	มาก(4)	
9. มีการแจกเอกสารและให้ความรู้เกี่ยวกับการ ดูแลรถ	9	4.5	83	41.5	99	49.5	8	4.0	1	0.5	-	-	3.45	ปานกลาง (9)	
ค่าเฉลี่ยรวม														3.64	มาก



จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.83) การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำนวนตามส่วนประสมทางสถิติการด้านบุคคลที่มี  
อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนประสมทางสถิติการด้านบุคคล	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปด (ลำดับที่)
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่า เฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการ เรื่อง การดูแลรถได้เป็นอย่างดี	17	8.5	97	48.5	81	40.5	5	2.5	-	-	3.63	มาก(5)	
2. พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการ ได้เวลาที่ผู้ใช้ บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์	20	10.0	109	54.5	67	33.5	4	2.0	-	-	3.72	มาก(3)	
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อิมเมจ แจ่มใส	10	5.0	92	46.0	88	44.0	10	5.0	-	-	3.51	มาก(7)	
4. พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	17	8.5	100	50.0	74	37.0	9	4.5	-	-	3.62	มาก(6)	
5. พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	19	9.5	119	59.5	60	30.0	2	1.0	-	-	3.77	มาก(1)	
6. พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	18	9.0	116	58.0	61	30.5	5	2.5	-	-	3.73	มาก(2)	
7. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	18	9.0	108	54.0	66	33.0	8	4.0	-	-	3.68	มาก(4)	
	ค่าเฉลี่ยรวม											3.67	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

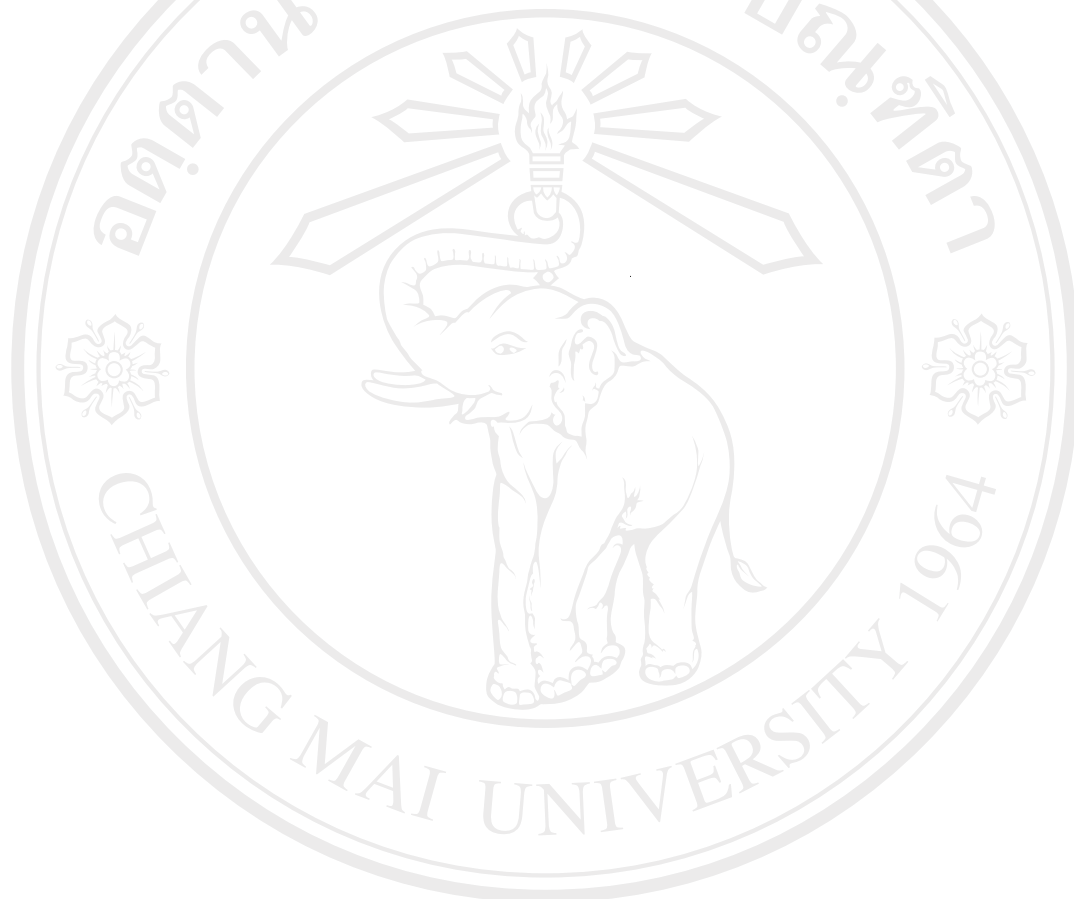
The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a sunburst or flame-like symbol. The emblem is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล (ลำดับที่)
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ	38	19.0	137	68.5	25	12.5	-	-	-	-	4.06	มาก(1)	
2. มีห้องและของสำหรับเด็กเล่นระหว่างรอรับรถ	7	3.5	69	34.5	94	47.0	30	15.0	-	-	3.26	ปานกลาง(9)	
3. การตกแต่งสถานที่ทันสมัย	47	23.5	111	55.5	40	20.0	1	0.5	1	0.5	4.01	มาก(2)	
4. ชื่อร้านเจ๋งง่าย	16	8.0	82	41.0	95	47.5	6	3.0	1	0.5	3.53	มาก(6)	
5. มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบา ๆ ภายในร้าน	15	7.5	105	52.5	75	37.5	4	2.0	1	0.5	3.64	มาก(4)	
6. สถานที่และห้องมีสะอาด	11	5.5	87	43.5	85	42.5	11	5.5	6	3.0	3.43	ปานกลาง(8)	
7. ห้องรอรับรถคิดแอร์เย็นสบาย	5	2.5	87	43.5	103	51.5	4	2.0	1	0.5	3.45	ปานกลาง(7)	
8. สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	18	9.0	97	48.5	75	37.5	7	3.5	3	1.5	3.60	มาก(5)	
9. สถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน	12	6.0	112	56.0	75	37.5	1	0.5	-	-	3.67	มาก(3)	
ค่าเฉลี่ยรวม											3.63	มาก	

ตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
ด้านกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( ค่าเฉลี่ย  
3.63) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่าน  
หนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ(ค่าเฉลี่ย 4.06) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.01) สถานที่  
รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำนวนตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล (ลำดับที่)	
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย				ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	น้อยที่สุด			
											จำนวน	ร้อยละ		
1. มีการทักทายต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้าไป ในบ้าน	10	5.0	100	50.0	87	43.5	3	1.5	-	-	-	-	3.58	มาก(6)
2. มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน	17	8.5	102	51.0	79	39.5	2	1.0	-	-	-	-	3.67	มาก(1)
3. มีระบบการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	9	4.5	103	51.5	86	43.0	2	1.0	-	-	-	-	3.59	มาก(5)
4. มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ	13	6.5	102	51.0	80	40.0	5	2.5	-	-	-	-	3.61	มาก(4)
5. มีการสอบถามความพึงพอใจ และความ ต้องการของลูกค้า	16	8.0	105	52.5	70	35.0	9	4.5	-	-	-	-	3.64	มาก(2)
6. มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว	19	9.5	95	47.5	77	38.5	9	4.5	-	-	-	-	3.62	มาก(3)
ค่าเฉลี่ยรวม												3.62	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ของผู้ให้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.58	มาก(6)
2. ด้านราคา	3.65	มาก(2)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.50	มาก(7)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.64	มาก(3)
5. ด้านบุคคล	3.67	มาก(1)
6. ด้านกายภาพ	3.63	มาก(4)
7. ด้านกระบวนการ	3.62	มาก(5)

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.65) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของ  
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาด  
บริการด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย	แปดผล	หญิง	แปดผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. สามารถล้าง-อัดฉีดได้ครั้งละหลาย ๆ คัน	3.48	ปานกลาง (4)	3.52	มาก (3)
2. มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย	3.64	มาก (3)	3.49	ปานกลาง (4)
3. มีอุปกรณ์ประกอบการล้าง-อัดฉีดครบครัน	3.33	ปานกลาง (7)	3.27	ปานกลาง(7)
4. ทำความสะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม	3.34	ปานกลาง (6)	3.28	ปานกลาง (6)
5. ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.81	มาก (2)	3.76	มาก (2)
6. ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย)	4.13	มาก (1)	4.12	มาก (1)
7. มีบริการด้านอื่น ๆ เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง อัดจารบี จำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ เป็นต้น	3.37	ปานกลาง (5)	3.38	ปานกลาง (5)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	มาก	3.55	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย3.59) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.13) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.81) มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.55) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.12) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.76) สามารถล้าง-อัดฉีดได้ครั้งละหลาย ๆ คัน (ค่าเฉลี่ย3.52) ตามลำดับ



ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน  
ราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และเพศ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. ราคาล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง	4.04	มาก(1)	4.02	มาก(1)
2. ราคาสมาชิก	3.59	มาก(2)	3.57	มาก(3)
3. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน	3.48	ปานกลาง (3)	3.58	มาก(2)
4. ราคาของบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ถายน้ำมันเครื่อง	3.34	ปานกลาง(4)	3.50	มาก(4)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61	มาก	3.67	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.61)โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.04) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.59) และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.48) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.02) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.58) และราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และเพศ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน	3.69	มาก(1)	3.71	มาก(1)
2. การคมนาคมสะดวก	3.60	มาก(2)	3.60	มาก(2)
3. ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	3.34	ปานกลาง(5)	3.40	ปานกลาง(5)
4. ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	3.44	ปานกลาง(3)	3.42	ปานกลาง(3)
5. ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	3.38	ปานกลาง(4)	3.37	ปานกลาง(4)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49	ปานกลาง	3.50	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.49) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.69) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.60) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.50) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.71) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.60) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และเพศ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ	3.53	มาก(7)	3.57	มาก(7)
2. การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร	3.60	มาก(5)	3.63	มาก(4)
3. การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	3.79	มาก(1)	3.89	มาก(2)
4. การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต	3.76	มาก(2)	3.90	มาก(1)
5. การลดราคาในบางช่วงเวลาของวันหรือในบางโอกาส	3.48	ปานกลาง(8)	3.52	มาก(8)
6. การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการ	3.57	มาก(6)	3.75	มาก(3)
7. การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว	3.73	มาก(4)	3.61	มาก(5)
8. มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มารับใช้บริการ	3.74	มาก(3)	3.58	มาก(6)
9. มีการแจกเอกสารและให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรถ	3.47	ปานกลาง (9)	3.42	ปานกลาง (9)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63	มาก	3.65	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.63) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย3.79) การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย3.76) มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มารับใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย3.90) การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย3.89) การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และเพศ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล	เพศ			
	ชาย ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	หญิง	แปลผล (ลำดับที่)
			ค่าเฉลี่ย	
1. พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการ เรื่อง การดูแลรถได้เป็นอย่างดี	3.62	มาก(5)	3.64	มาก(5)
2. พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้ บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์	3.72	มาก(2)	3.72	มาก(3)
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.48	ปานกลาง(7)	3.54	มาก(7)
4. พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม	3.61	มาก(6)	3.64	มาก(6)
5. พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.75	มาก(1)	3.80	มาก(1)
6. พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	3.71	มาก(3)	3.76	มาก(2)
7. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	3.67	มาก(4)	3.68	มาก(4)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65	มาก	3.68	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.65)โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.75) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.72) พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.68) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.80) พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ(ค่าเฉลี่ย3.76) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
ด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และเพศ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรถ	4.07	มาก (1)	4.04	มาก (1)
2. มีห้องและของสำหรับเด็กเล่นระหว่างรอรถ	3.24	ปานกลาง (9)	3.30	ปานกลาง(9)
3. การตกแต่งสถานที่ทันสมัย	4.03	มาก(2)	3.97	มาก(2)
4. ช้อรอ่านจดจำง่าย	3.48	ปานกลาง(6)	3.60	มาก(6)
5. มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบา ๆ ภายในร้าน	3.64	มาก (4)	3.64	มาก (5)
6. สถานที่ และห้องนำสะอาด	3.35	ปานกลาง(8)	3.56	มาก(7)
7. ห้องรอรถคิดแอร์ เย็นสบาย	3.41	ปานกลาง(7)	3.52	มาก(8)
8. สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	3.57	มาก(5)	3.65	มาก(4)
9. สถานที่รอรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน	3.69	มาก(3)	3.69	มาก(3)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60	มาก	3.66	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.60) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรถ (ค่าเฉลี่ย4.07) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย4.03) สถานที่รอรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.66) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรถ สุภาพ (ค่าเฉลี่ย4.04) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.97) สถานที่รอรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
ด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และเพศ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการบริการ	เพศ			
	ชาย	แปลผล	หญิง	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	(ลำดับที่)
1. มีการทักทายต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้าไปในร้าน	3.62	มาก(2)	3.51	มาก(5)
2. มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน	3.60	มาก(3)	3.78	มาก(1)
3. มีระบบการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	3.57	มาก(5)	3.63	มาก(4)
4. มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ	3.59	มาก(4)	3.64	มาก(3)
5. มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า	3.72	มาก(1)	3.50	มาก(6)
6. มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว	3.55	มาก(6)	3.72	มาก(2)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61	มาก	3.63	มาก

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.61) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย3.72) มีการทักทายต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้าไปในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.62) มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.63) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย3.78) มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย3.72) มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ (ค่าเฉลี่ย3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดง ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาด  
บริการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ			
	ชาย ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	หญิง ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.59	มาก (6)	3.55	มาก (6)
2. ด้านราคา	3.61	มาก (3)	3.67	มาก (2)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.49	ปานกลาง (7)	3.50	มาก (7)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63	มาก (2)	3.65	มาก (4)
5. ด้านบุคคล	3.65	มาก (1)	3.68	มาก (1)
6. ด้านกายภาพ	3.60	มาก (5)	3.66	มาก (3)
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.61	มาก (4)	3.63	มาก (5)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด 3 ลำดับแรก คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.63) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด 3 อันดับแรก คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.67) และด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเข้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด  
 ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด

และระดับการศึกษา

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา											
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	มัธยมศึกษา หรือปวช. ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	อนุปริญญาหรือ ปวส. ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	สูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)
1. สามารถล้าง-อัดฉีดได้ครั้งละหลาย ๆ คัน	3.62	มาก (4)	3.47	ปานกลาง (4)	3.40	ปานกลาง (4)	3.58	มาก (4)	3.49	ปานกลาง (4)	3.49	ปานกลาง (4)
2. มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย	3.79	มาก (2)	3.51	มาก (3)	3.56	มาก (3)	3.60	มาก (3)	3.59	มาก (3)	3.59	มาก (3)
3. มีอุปกรณ์ประกอบบริการล้าง-อัดฉีดครบครัน	3.32	ปานกลาง (7)	3.26	ปานกลาง (7)	3.36	ปานกลาง (6)	3.40	ปานกลาง (6)	3.31	ปานกลาง (7)	3.31	ปานกลาง (7)
4. ทำความสะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม	3.39	ปานกลาง (6)	3.30	ปานกลาง (6)	3.28	ปานกลาง (6)	3.50	มาก (5)	3.32	ปานกลาง (6)	3.32	ปานกลาง (6)
5. ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.72	มาก (3)	3.78	มาก (2)	3.87	มาก (2)	3.80	มาก (6)	3.80	มาก (2)	3.80	มาก (2)
6. ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นการรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย)	4.18	มาก (1)	4.12	มาก (1)	4.08	มาก (1)	4.20	มาก (1)	4.13	มาก (1)	4.13	มาก (1)
7. มีบริการด้านอื่น ๆ เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง อู่ล้างที่ จำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งประตือบยนต์ เป็นต้น	3.39	ปานกลาง (5)	3.34	ปานกลาง (5)	3.38	ปานกลาง (5)	3.62	มาก (2)	3.38	ปานกลาง (5)	3.38	ปานกลาง (5)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63	มาก	3.54	มาก	3.56	มาก	3.67	มาก	3.57	มาก	3.57	มาก



จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.63) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.18) มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.79) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.54) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.12) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.78) มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.56) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.08) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.87) มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.20) มีบริการด้านอื่น ๆ เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง อัดจารบี จำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งประดับยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.62) และมีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.57) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.13) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.80) มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.59) ตามลำดับ



จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.74) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.33)ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.66) และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.69) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.12) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.65) และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.02) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.61) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.59) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.00) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.56) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.53) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย4.00) ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย3.50) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.43) ตามลำดับ

0/กม  
658.8  
0/112 ✓

e < 3

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประกอบตามการตลาดบริการที่ช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ  
ห้าง-อัตโนมัติ และระดับการศึกษา

ส่วนประกอบทางการตลาดบริการด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา																			
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา		แปลผล (ลำดับที่)		มัธยมศึกษา หรือปวช.		แปลผล (ลำดับที่)		อนุปริญญา หรือ ปวส.		แปลผล (ลำดับที่)		ปริญญา ตรี		แปลผล (ลำดับที่)		สูงกว่า ปริญญา ตรี		แปลผล (ลำดับที่)	
	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	
1. ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน	3.68	3.68	มาก(3)	3.65	3.65	มาก(1)	3.81	มาก(1)	3.58	3.58	มาก(2)	3.65	3.65	มาก(1)	3.62	3.62	มาก(2)	3.65	3.65	มาก(1)
2. การคมนาคมสะดวก	4.02	4.02	มาก(1)	3.26	3.26	ปานกลาง (5)	3.68	ปานกลาง	3.71	3.71	มาก(1)	3.62	3.62	มาก(1)	3.62	3.62	มาก(1)	3.62	3.62	มาก(2)
3. ที่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า	3.66	3.66	มาก(4)	3.31	3.31	ปานกลาง (3)	3.32	ปานกลาง	3.44	3.44	ปานกลาง (5)	3.50	3.50	ปานกลาง (3)	3.50	3.50	ปานกลาง (3)	3.50	3.50	มาก(4)
4. ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	4.00	4.00	มาก(2)	3.34	3.34	ปานกลาง (2)	3.47	ปานกลาง	3.41	3.41	ปานกลาง (3)	3.58	3.58	ปานกลาง (4)	3.58	3.58	ปานกลาง (4)	3.58	3.58	มาก(3)
5. ระยะเวลาการเบียดเบียนของร้าน	3.63	3.63	มาก(5)	3.30	3.30	ปานกลาง (4)	3.42	ปานกลาง	3.38	3.38	ปานกลาง (4)	3.48	3.48	ปานกลาง (5)	3.48	3.48	ปานกลาง (5)	3.48	3.48	ปานกลาง(5)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	3.80	มาก	3.51	3.51	มาก	3.54	มาก	3.50	3.50	มาก	3.57	3.57	มาก	3.57	3.57	มาก	3.57	3.57	มาก

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล่าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.80) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย4.02) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง (ค่าเฉลี่ย4.00) ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล่าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.51) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย3.65) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.34) ที่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย3.31) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล่าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.54) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.81) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.68) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล่าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.50) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.71) ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.58) ที่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล่าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.57) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.65) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.62) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ  
ล่าง-อัตโนมัติ และระดับการศึกษา

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา													
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	มัธยมศึกษา หรือ อาชีว. ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	อนุปริญญา หรือ ปวส. ค่าเฉลี่ย	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ปริญญาตรี		แปลผล (ลำดับที่)	สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)
										ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
1. มีการปรับรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ	3.33	ปานกลาง(6)	3.60	มาก(5)	3.54	มาก(7)	3.50	มาก(8)	3.70	มาก(6)	3.50	มาก(8)	3.70	มาก(6)
2. การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร	3.66	มาก(5)	3.89	มาก(3)	3.57	มาก(6)	3.50	มาก(7)	3.80	มาก(5)	3.50	มาก(7)	3.80	มาก(5)
3. การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	3.33	ปานกลาง(7)	3.90	มาก(2)	3.83	มาก(1)	3.75	มาก(1)	4.10	มาก(1)	3.75	มาก(1)	4.10	มาก(1)
4. การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต	3.66	มาก(4)	4.04	มาก(1)	3.73	มาก(4)	3.71	มาก(2)	3.91	มาก(2)	3.71	มาก(2)	3.91	มาก(2)
5. การลดราคาในบางช่วงเวลาของวันหรือในบางโอกาส	3.33	ปานกลาง(8)	3.56	มาก(7)	3.46	ปานกลาง(9)	3.51	มาก(6)	3.50	มาก(6)	3.51	มาก(6)	3.50	มาก(8)
6. การมีส่วนลดจกการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการ	3.66	มาก(2)	3.63	มาก(4)	3.60	มาก(5)	3.66	มาก(4)	3.90	มาก(4)	3.66	มาก(4)	3.90	มาก(3)
7. การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ไขว่ปลิว	3.65	มาก(3)	3.51	มาก(8)	3.77	มาก(2)	3.67	มาก(3)	3.70	มาก(3)	3.67	มาก(3)	3.70	มาก(7)
8. มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มารับใช้บริการ	4.00	มาก(1)	3.58	มาก(6)	3.74	มาก(3)	3.64	มาก(5)	3.82	มาก(5)	3.64	มาก(5)	3.82	มาก(4)
9. มีการแจกเอกสารและให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแล รักษารถ	3.33	ปานกลาง(9)	3.36	ปานกลาง (9)	3.53	มาก(8)	3.49	ปานกลาง (9)	3.30	ปานกลาง (9)	3.49	ปานกลาง (9)	3.30	ปานกลาง(9)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67	มาก	3.72	มาก	3.73	มาก	3.68	มาก	3.65	มาก	3.68	มาก	3.65	มาก

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย4.00) การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.66) การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา โบปปลิว (ค่าเฉลี่ย3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.72) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย4.04) การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย3.90) การโฆษณาในนิตยสาร/วารสาร (ค่าเฉลี่ย3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.73) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย3.83) การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา โบปปลิว (ค่าเฉลี่ย3.77) มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.68) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย3.75) การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย3.71) การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาโบปปลิว (ค่าเฉลี่ย3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย4.10) การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย3.91) การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และระดับการศึกษา

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล	ระดับการศึกษา																			
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา		ผล (ลำดับที่)		มัธยมศึกษา หรือปวช.		ผล (ลำดับที่)		อนุปริญญา หรือ ปวส.		ผล (ลำดับที่)		ปริญญาตรี		ผล (ลำดับที่)		สูงกว่า ปริญญาตรี		ผล (ลำดับที่)	
	ค่าเฉลี่ย	มาก	ค่าเฉลี่ย	มาก	ค่าเฉลี่ย	มาก	ค่าเฉลี่ย	มาก	ค่าเฉลี่ย	มาก	ค่าเฉลี่ย	มาก	ค่าเฉลี่ย	มาก	ค่าเฉลี่ย	มาก	ค่าเฉลี่ย	มาก	ค่าเฉลี่ย	มาก
1. พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำ บริการเรื่อง การดูแลรถได้เป็นอย่างดี	4.00	มาก(4)	3.68	มาก(4)	3.62	มาก(5)	3.60	มาก(5)	3.52	มาก(6)	3.60	มาก(5)	3.60	มาก(5)	3.52	มาก(6)	3.60	มาก(6)	3.52	มาก(6)
2. พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการ ได้เวลา ที่ผู้รับบริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์	4.00	มาก(3)	3.63	มาก(5)	3.73	มาก(3)	3.75	มาก(2)	3.80	มาก(3)	3.75	มาก(2)	3.75	มาก(2)	3.80	มาก(3)	3.75	มาก(3)	3.80	มาก(3)
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อื่นเช่น แจ่มใส	3.00	ปานกลาง(7)	3.53	มาก(7)	3.58	มาก(7)	3.51	มาก(6)	3.70	มาก(4)	3.51	มาก(6)	3.51	มาก(6)	3.70	มาก(4)	3.51	มาก(7)	3.70	มาก(4)
4. พนักงานพูดจาดี ไร้ข้อขัดแย้งเหมาะสม	4.06	มาก(2)	3.78	มาก(2)	3.62	มาก(5)	3.50	มาก(5)	3.60	มาก(5)	3.50	มาก(7)	3.50	มาก(7)	3.60	มาก(5)	3.50	มาก(7)	3.60	มาก(5)
5. พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้ บริการ	3.33	ปานกลาง (6)	3.82	มาก(1)	3.76	มาก(1)	3.83	มาก(1)	3.51	มาก(1)	3.83	มาก(1)	3.83	มาก(1)	3.51	มาก(7)	3.83	มาก(1)	3.51	มาก(7)
6. พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	4.33	มาก(1)	3.69	มาก(3)	3.75	มาก(2)	3.66	มาก(2)	4.02	มาก(4)	3.66	มาก(4)	3.66	มาก(4)	4.02	มาก(1)	3.66	มาก(4)	4.02	มาก(1)
7. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	3.66	มาก(5)	3.60	มาก(6)	3.66	มาก(4)	3.69	มาก(4)	4.00	มาก(3)	3.69	มาก(3)	3.69	มาก(3)	4.00	มาก(2)	3.69	มาก(3)	4.00	มาก(2)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.77	มาก	3.68	มาก	3.67	มาก	3.65	มาก	3.74	มาก	3.65	มาก	3.65	มาก	3.74	มาก	3.65	มาก	3.74	มาก



จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.77) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย4.33) พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย4.06) และพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (เฉลี่ย4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.68) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.82) พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย3.78) พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.76) พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย3.75) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.83) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.75) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.74) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย4.02) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย4.00) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนประมวลผลการตลาดบริการด้านกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และระดับการศึกษา

ส่วนประมวลผลการตลาดบริการด้าน กายภาพ	ระดับการศึกษา											
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	มัธยมศึกษา หรือปวช. ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	อนุปริญญา หรือ ปวศ. ค่าเฉลี่ย	ปริญญา ตรี ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	สูงกว่า ปริญญา ตรี ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย		
										ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
1. มีมุมอ่านหนังสือและหัดก่อนช่วงรอรถ	4.66	มากที่สุด (1)	3.97	มาก (1)	4.08	มาก (1)	4.03	มาก (1)	4.20	มาก (1)	มาก (1)	
2. มีห้องและของสำหรับเก็บเก็บระหว่างรอรถ	3.66	มาก (5)	3.09	ปานกลาง (9)	3.35	ปานกลาง (9)	3.25	ปานกลาง (9)	3.10	ปานกลาง (9)	ปานกลาง (9)	
3. การตกแต่งสถานที่ทันสมัย	4.65	มากที่สุด (2)	3.95	มาก (2)	4.00	มาก (2)	4.01	มาก (2)	4.10	มาก (2)	มาก (2)	
4. ชื่อร้านดูง่าย	3.33	ปานกลาง (6)	3.51	มาก (6)	3.51	มาก (6)	3.69	มาก (3)	2.90	ปานกลาง (6)	ปานกลาง (6)	
5. มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบา ๆ ภายในร้าน	2.66	ปานกลาง (9)	3.68	มาก (4)	3.63	มาก (4)	3.66	มาก (4)	3.80	มาก (4)	มาก (4)	
6. สถานที่และห้องน้ำสะอาด	3.33	ปานกลาง (7)	3.48	ปานกลาง (8)	3.50	มาก (8)	3.26	ปานกลาง (8)	3.50	ปานกลาง (8)	มาก (8)	
7. ห้องรอรถคิดแคร์เย็นสบาย	3.00	ปานกลาง (8)	3.41	ปานกลาง (7)	3.44	ปานกลาง (7)	3.51	มาก (6)	3.50	มาก (7)	มาก (7)	
8. สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	4.00	มาก (3)	3.65	มาก (5)	3.58	มาก (5)	3.50	มาก (7)	3.90	มาก (3)	มาก (3)	
9. สถานที่รอรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน	3.67	มาก (4)	3.90	มาก (3)	3.65	มาก (3)	3.53	มาก (5)	3.70	มาก (5)	มาก (5)	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66	มาก	3.63	มาก	3.64	มาก	3.60	มาก	3.63	มาก	มาก	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.66) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย4.66) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย4.65) สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.63) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย3.97) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.95) สถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย3.90) ตามลำดับการให้เครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือปวส. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.64) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย4.08) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย4.00) สถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.60) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย4.03) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย4.01) ชื่อร้านจดจำง่าย (ค่าเฉลี่ย3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.63) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย4.20) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย4.10) สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ  
ต่าง-อัดฉีดและระดับการศึกษา

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการบริการ	ระดับการศึกษา													
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา		มัธยมศึกษา หรือ ปวช.		แปลผล (ลำดับที่)		อนุปริญญา หรือ ปวส.		แปลผล (ลำดับที่)		สูงกว่าปริญญาตรี		แปลผล (ลำดับที่)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)
1. มีการกำหนดเงื่อนไขก่อนเดินเข้าไปในบ้าน	3.36	ปานกลาง(1)	3.56	มาก(3)	3.58	มาก(5)	3.61	มาก(5)	3.50	มาก(5)	3.61	มาก(5)	3.50	มาก(5)
2. มีข้อเสนอราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน	3.04	ปานกลาง(3)	3.65	มาก(2)	3.70	มาก(3)	3.64	มาก(3)	3.80	มาก(3)	3.64	มาก(3)	3.80	มาก(1)
3. มีระบบการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	3.00	ปานกลาง(4)	3.53	มาก(4)	3.71	มาก(2)	3.51	มาก(6)	3.50	มาก(4)	3.51	มาก(6)	3.50	มาก(4)
4. มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ	3.02	ปานกลาง(5)	3.51	มาก(5)	3.63	มาก(4)	3.67	มาก(1)	3.70	มาก(3)	3.67	มาก(1)	3.70	มาก(3)
5. มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า	3.35	ปานกลาง(2)	3.85	มาก(1)	3.54	มาก(6)	3.65	มาก(2)	3.72	มาก(2)	3.65	มาก(2)	3.72	มาก(2)
6. มีการให้บริการต่าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว	3.00	ปานกลาง(6)	3.46	ปานกลาง(6)	3.73	มาก(1)	3.62	มาก(4)	3.40	ปานกลาง(6)	3.62	มาก(4)	3.40	ปานกลาง(6)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13	ปานกลาง	3.59	มาก	3.65	มาก	3.62	มาก	3.60	มาก	3.62	มาก	3.60	มาก

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.13) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการทักทายต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้าไปในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.36) มีการสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย3.35) มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย3.04) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.59) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย3.85) มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย3.65) มีการทักทายต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้าไปในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือปวส. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย3.73) มีระบบการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย3.71) มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.62) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย3.67) มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย3.65) มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ (ค่าเฉลี่ย3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.60) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย3.80) มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย3.72) มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ (ค่าเฉลี่ย3.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา และส่วนประสม  
ทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับการศึกษา									
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	แปลผล (ลำดับที่)	มัธยมศึกษาหรือปวช.	แปลผล (ลำดับที่)	อนุปริญญาหรือปวส.	แปลผล (ลำดับที่)	ปริญญาตรี	แปลผล (ลำดับที่)	สูงกว่าปริญญาตรี	แปลผล (ลำดับที่)
	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.63	มาก(6)	3.54	มาก(6)	3.56	มาก(6)	3.67	มาก(2)	3.57	มาก(6)
2. ด้านราคา	3.74	มาก(3)	3.69	มาก(2)	3.65	มาก(4)	3.59	มาก(6)	3.58	มาก(5)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.80	มาก(1)	3.51	มาก(7)	3.54	มาก(7)	3.50	มาก(7)	3.57	มาก(7)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67	มาก(4)	3.72	มาก(1)	3.73	มาก(1)	3.68	มาก(1)	3.65	มาก(2)
5. ด้านบุคคล	3.77	มาก(2)	3.68	มาก(3)	3.67	มาก(2)	3.65	มาก(3)	3.74	มาก(1)
6. ด้านกายภาพ	3.66	มาก(5)	3.63	มาก(4)	3.64	มาก(5)	3.60	มาก(5)	3.63	มาก(3)
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.13	ปานกลาง (7)	3.59	มาก(5)	3.65	มาก(3)	3.62	มาก(4)	3.60	มาก(4)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาค่ากว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.77) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.69) และด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือปวส. ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.67) และด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย3.74) รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย3.65) และด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย3.63) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการต่าง-อัตโนมัติ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการต่าง-อัตโนมัติ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 10,000 บาท		10,001 - 15,000 บาท		15,001 - 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท		แปดผล (ลำดับที่)	
	ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)
ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	3.32	ปานกลาง (6)	3.54	มาก (4)	3.48	ปานกลาง (4)	3.57	มาก (3)	3.22	ปานกลาง (7)	3.61	มาก (3)
1. สามารถต่าง-อัตโนมัติได้ครั้งละหลาย ๆ คัน	3.46	ปานกลาง (3)	3.64	มาก (3)	3.59	มาก (3)	3.52	มาก (4)	3.72	มาก (2)	3.59	มาก (2)
2. มีเครื่องมือต่าง-อัตโนมัติทันสมัย	3.44	ปานกลาง (4)	3.25	ปานกลาง (6)	3.33	ปานกลาง (6)	3.28	ปานกลาง (7)	3.45	ปานกลาง (4)	3.38	ปานกลาง (6)
3. มีอุปกรณ์ประกอบรถต่าง-อัตโนมัติครบครัน	3.03	ปานกลาง (7)	3.41	ปานกลาง (5)	3.25	ปานกลาง (7)	3.35	ปานกลาง (6)	3.38	ปานกลาง (6)	3.61	มาก (3)
4. ทำความสะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม	3.55	มาก (2)	3.85	มาก (2)	3.78	มาก (2)	3.86	มาก (2)	3.61	มาก (3)	4.11	มาก (1)
5. ราคามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.11	มาก (1)	4.16	มาก (1)	4.06	มาก (1)	4.11	มาก (1)	4.33	มาก (1)	3.59	มาก (2)
6. ต่างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย)	3.33	ปานกลาง (5)	3.22	ปานกลาง (7)	3.37	ปานกลาง (5)	3.50	มาก (5)	3.44	ปานกลาง (5)	3.59	มาก (2)
7. มีบริการด้านอื่น ๆ เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง อัดจารบี จำหน่ายอุปกรณ์ต่างระดับยนต์ เป็นต้น	3.46	ปานกลาง	3.58	มาก	3.55	มาก	3.60	มาก	3.59	มาก	3.59	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46	ปานกลาง	3.58	มาก	3.55	มาก	3.60	มาก	3.59	มาก	3.59	มาก





ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการต่าง-อัตรา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	แปลผล (ลำดับที่)		5,000 - 10,000 บาท		แปลผล (ลำดับที่)		10,001 - 15,000 บาท		แปลผล (ลำดับที่)		15,001 - 20,000 บาท		แปลผล (ลำดับที่)		มากกว่า 20,000 บาท	แปลผล (ลำดับที่)	
		ค่าเฉลี่ย	มาก(1)	มาก(2)	ค่าเฉลี่ย	มาก(1)	มาก(2)	ค่าเฉลี่ย	มาก(1)	มาก(2)	มาก(3)	มาก(4)	ค่าเฉลี่ย	มาก(1)	มาก(2)			มาก(3)
1. ราคาค่าจ้าง-อัตราต่อครั้ง	4.00	มาก(1)	มาก(2)	4.10	มาก(1)	มาก(2)	3.98	มาก(1)	มาก(2)	มาก(3)	มาก(4)	4.01	มาก(1)	มาก(2)	มาก(3)	มาก(4)	4.16	มาก(1)
2. ราคาสมาชิก	3.54	มาก(2)	มาก(3)	3.56	มาก(2)	มาก(3)	3.54	มาก(2)	มาก(3)	มาก(4)	มาก(1)	3.67	มาก(2)	มาก(3)	มาก(4)	มาก(1)	3.65	มาก(3)
3. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน	3.51	มาก(3)	มาก(4)	3.41	ปานกลาง(3)	ปานกลาง(4)	3.42	ปานกลาง(3)	ปานกลาง(4)	มาก(1)	มาก(2)	3.71	ปานกลาง(3)	ปานกลาง(4)	มาก(1)	มาก(2)	3.61	มาก(4)
4. ราคาของบริการเสริมต่างๆ เช่น ถ่านน้ำ มั่นเครื่อง	3.44	ปานกลาง(4)	มาก(1)	3.35	ปานกลาง(4)	มาก(1)	3.36	ปานกลาง(4)	มาก(1)	มาก(2)	มาก(3)	3.37	ปานกลาง(4)	มาก(1)	มาก(2)	มาก(3)	3.77	มาก(2)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	มาก	มาก	3.61	มาก	มาก	3.58	มาก	มาก	มาก	มาก	3.69	มาก	มาก	มาก	มาก	3.80	มาก

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.62) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.00) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.54) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.61) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง(ค่าเฉลี่ย4.10) ราคาสมาชิก(ค่าเฉลี่ย3.56) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.41) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย3.98) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.54) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.42) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.69) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.01) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.67) และราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.80) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง(ค่าเฉลี่ย4.16) ราคาของบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ถายน้ำมันเครื่อง (ค่าเฉลี่ย3.77) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ  
ห้าง-อีตีดิจิต และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน ช่องทางการจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ต่ำกว่า 5,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	5,000 - 10,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	10,001 - 15,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	15,001 - 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	มากกว่า 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)
1. ที่ตั้งอยู่ที่ทำงานหรือบ้าน	4.04	มาก(1)	3.68	มาก(2)	3.86	มาก(1)	3.77	มาก(3)	3.58	มาก(2)
2. การคมนาคมสะดวก	4.02	มาก(2)	3.66	มาก(3)	3.66	มาก(3)	3.79	มาก(2)	3.56	มาก(3)
3. ที่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า	3.00	ปานกลาง (5)	3.41	ปานกลาง (4)	3.28	ปานกลาง (5)	3.45	ปานกลาง (5)	3.44	ปานกลาง (5)
4. ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	3.77	มาก(3)	3.79	มาก(1)	3.84	มาก(2)	3.89	มาก(1)	3.61	มาก(1)
5. ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	3.44	ปานกลาง (4)	3.35	ปานกลาง (5)	3.43	ปานกลาง (4)	3.47	ปานกลาง (4)	3.50	มาก (4)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65	มาก	3.58	มาก	3.61	มาก	3.67	มาก	3.54	มาก



ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนประมาณสามพันสองร้อยคนเกี่ยวกับการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ  
ต่าง-ยี่ห้อและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน การส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)		5,000 - 10,000 บาท	ค่า เฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)		10,001 - 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)		มากกว่า 20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)
			มากกว่า	น้อยกว่า			มากกว่า	น้อยกว่า			มากกว่า	น้อยกว่า			
1. มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ	3.55	ค่าเฉลี่ย	มาก (6)	มาก (8)	3.52	ค่าเฉลี่ย	มาก (8)	มาก (8)	3.59	ค่าเฉลี่ย	มาก (8)	มาก (7)	3.66	ค่าเฉลี่ย	มาก (5)
2. การโฆษณาในนิตยสารวารสาร	3.44	ค่าเฉลี่ย	ปานกลาง (7)	มาก (6)	3.60	ค่าเฉลี่ย	มาก (6)	มาก (4)	3.68	ค่าเฉลี่ย	มาก (4)	มาก (6)	3.77	ค่าเฉลี่ย	มาก (4)
3. การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	3.66	ค่าเฉลี่ย	มาก (5)	มาก (1)	3.83	ค่าเฉลี่ย	มาก (1)	มาก (2)	3.80	ค่าเฉลี่ย	มาก (2)	มาก (1)	4.00	ค่าเฉลี่ย	มาก (1)
4. การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต	3.72	ค่าเฉลี่ย	มาก (4)	มาก (2)	3.75	ค่าเฉลี่ย	มาก (2)	มาก (1)	3.90	ค่าเฉลี่ย	มาก (1)	มาก (4)	3.88	ค่าเฉลี่ย	มาก (2)
5. การลดราคาในบางช่วงเวลาของวันหรือในบางโอกาส	3.44	ค่าเฉลี่ย	ปานกลาง (8)	มาก (5)	3.60	ค่าเฉลี่ย	มาก (5)	มาก (7)	3.59	ค่าเฉลี่ย	มาก (7)	ปานกลาง (9)	3.44	ค่าเฉลี่ย	ปานกลาง (9)
6. การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการ	3.77	ค่าเฉลี่ย	มาก (3)	มาก (7)	3.52	ค่าเฉลี่ย	มาก (7)	มาก (6)	3.59	ค่าเฉลี่ย	มาก (6)	มาก (3)	3.83	ค่าเฉลี่ย	มาก (3)
7. การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบปลิว	4.00	ค่าเฉลี่ย	มาก (1)	มาก (3)	3.72	ค่าเฉลี่ย	มาก (3)	มาก (5)	3.62	ค่าเฉลี่ย	มาก (5)	มาก (5)	3.66	ค่าเฉลี่ย	มาก (6)
8. มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มารับใช้บริการ	3.88	ค่าเฉลี่ย	มาก (2)	มาก (4)	3.64	ค่าเฉลี่ย	มาก (4)	มาก (3)	3.68	ค่าเฉลี่ย	มาก (3)	มาก (2)	3.55	ค่าเฉลี่ย	มาก (7)
9. มีการแจกเอกสารและให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแล รักษารถ	3.44	ค่าเฉลี่ย	ปานกลาง (9)	ปานกลาง (9)	3.41	ค่าเฉลี่ย	ปานกลาง (9)	มาก (9)	3.56	ค่าเฉลี่ย	มาก (9)	ปานกลาง (8)	3.33	ค่าเฉลี่ย	ปานกลาง (9)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66	ค่าเฉลี่ย	มาก	มาก	3.62	ค่าเฉลี่ย	มาก	มาก	3.67	ค่าเฉลี่ย	มาก	มาก	3.68	ค่าเฉลี่ย	มาก



ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	5,000 - 10,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	10,001 - 15,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	15,001 - 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	มากกว่า 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	แปลผล (ลำดับที่)	
1. พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่อง การดูแลรถได้เป็นอย่างดี	3.88	มาก (3)	3.43	ปานกลาง(7)	3.68	มาก (4)	3.59	มาก (6)	3.94	มาก (2)		
2. พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์	3.55	มาก (6)	3.81	มาก (1)	3.62	มาก (5)	3.79	มาก (1)	3.74	มาก (3)		
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อ่อนโยน ใจเมตตา	3.33	ปานกลาง(7)	3.45	ปานกลาง(6)	3.57	มาก(6)	3.50	มาก(7)	3.50	มาก(7)		
4. พนักงานพูดจาดี ใช้อ้อยคำเหมาะสม	3.86	มาก(4)	3.70	มาก(3)	3.46	ปานกลาง(7)	3.66	มาก(4)	3.72	มาก(4)		
5. พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.00	มาก(2)	3.62	มาก (4)	3.81	มาก (1)	3.78	มาก (2)	3.96	มาก (1)		
6. พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	3.77	มาก(5)	3.75	มาก(2)	3.71	มาก(3)	3.76	มาก(3)	3.66	มาก(5)		
7. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.11	มาก(1)	3.60	มาก(5)	3.72	มาก(2)	3.61	มาก(5)	3.61	มาก(6)		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79	มาก	3.62	มาก	3.65	มาก	3.67	มาก	3.73	มาก		



จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่อง การดูแลรถได้เป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.62) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.81) พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ(ค่าเฉลี่ย3.75) พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม(ค่าเฉลี่ย3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย3.81) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย3.72) พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ ค่าเฉลี่ย3.79) พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.78) พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.73) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.96) พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำบริการเรื่อง การดูแลรถได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย3.94) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์(ค่าเฉลี่ย3.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดค่าบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการต่าง-อัตโนมัติ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดค่าบริการด้าน กายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 10,000 บาท		10,001 - 15,000 บาท		15,001 - 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท		แปลผล (ลำดับที่)	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)
1. มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ	4.00	มาก(2)	3.98	มาก(1)	4.12	มาก(1)	4.03	มาก(1)	4.22	มาก(1)	4.22	มาก(1)
2. มีห้องและของสำหรับพักผ่อนระหว่างรอรับรถ	3.11	ปานกลาง(9)	3.31	ปานกลาง(9)	3.18	ปานกลาง(9)	3.32	ปานกลาง(9)	3.33	ปานกลาง(9)	3.33	ปานกลาง(9)
3. การตกแต่งสถานที่ทันสมัย	4.22	มาก(1)	3.97	มาก(2)	4.06	มาก(2)	3.96	มาก(2)	3.94	มาก(2)	3.94	มาก(2)
4. ซ้อมร้านจัดง่าย	3.33	ปานกลาง(8)	3.45	ปานกลาง(6)	3.59	มาก(5)	3.56	มาก(4)	3.50	มาก(4)	3.50	มาก(4)
5. มีการเปิดดนตรีให้ฟังมา ๆ ภายในร้าน	3.34	ปานกลาง(7)	3.45	ปานกลาง(5)	3.59	มาก(4)	3.55	มาก(5)	3.51	มาก(5)	3.51	มาก(5)
6. สถานที่ และห้องน้ำสะอาด	3.55	มาก(5)	3.43	ปานกลาง(7)	3.43	ปานกลาง(8)	3.38	ปานกลาง(7)	3.44	ปานกลาง(7)	3.44	ปานกลาง(8)
7. ห้องรอรับรถคิดแอร์ เย็นสบาย	3.66	มาก(3)	3.41	ปานกลาง(8)	3.56	มาก(7)	3.33	ปานกลาง(8)	3.45	ปานกลาง(8)	3.45	ปานกลาง(7)
8. สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่มีอึดอัด สะดวกสบาย	3.44	ปานกลาง(6)	3.66	มาก(4)	3.56	มาก(6)	3.61	มาก(3)	3.61	มาก(3)	3.61	มาก(4)
9. สถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน	3.56	มาก(4)	3.77	มาก(3)	3.74	มาก(3)	3.49	ปานกลาง(6)	3.83	ปานกลาง(6)	3.83	มาก(3)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65	มาก	3.58	มาก	3.61	มาก	3.67	มาก	3.54	มาก	3.54	มาก

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ทันสมัย(ค่าเฉลี่ย 4.22) มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย4.00) ห้องรอรับรถติดแอร์ เย็นสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย3.98) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.97) สถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.61) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย4.12) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย4.06) สถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย4.03) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.96) สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอไม่อึดอัด สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย3.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.54) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย4.22) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.94) สถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย3.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนประมาณ 100 คนเกี่ยวกับบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ  
ต่าง-อัคคีต และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน															
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	แปดผล (ลำดับที่)		5,000 - 10,000 บาท		แปดผล (ลำดับที่)		10,001 - 15,000 บาท		แปดผล (ลำดับที่)		15,001 - 20,000 บาท		แปดผล (ลำดับที่)		มากกว่า 20,000 บาท
		ค่าเฉลี่ย	ปานกลาง(5)	ค่าเฉลี่ย	มาก(4)	ค่าเฉลี่ย	มาก(3)	ค่าเฉลี่ย	มาก(2)	ค่าเฉลี่ย	มาก(1)	ค่าเฉลี่ย	มาก(6)	ค่าเฉลี่ย	มาก(5)	
1. มีการรักษาทันทีเมื่อท่านเดินเข้าไปในร้าน	3.44	ปานกลาง(5)	3.58	มาก(4)	3.65	มาก(4)	3.65	มาก(4)	3.65	มาก(4)	3.65	มาก(4)	3.54	มาก(6)	3.55	มาก(4)
2. มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน	3.68	มาก(2)	3.72	มาก(1)	3.66	มาก(1)	3.66	มาก(3)	3.66	มาก(3)	3.66	มาก(1)	3.69	มาก(1)	3.50	มาก(5)
3. มีระบบการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	3.66	มาก(3)	3.56	มาก(6)	3.60	มาก(6)	3.60	มาก(5)	3.60	มาก(5)	3.60	มาก(5)	3.57	มาก(5)	3.66	มาก(2)
4. มีการบริการรับส่งรถรับส่ง	3.64	มาก(4)	3.62	มาก(3)	3.59	มาก(3)	3.59	มาก(6)	3.59	มาก(6)	3.59	มาก(3)	3.64	มาก(3)	3.57	มาก(3)
5. มีการสอบถามความพึงพอใจ และความ ต้องการของลูกค้า	3.44	ปานกลาง(6)	3.64	มาก(2)	3.69	มาก(2)	3.69	มาก(1)	3.69	มาก(1)	3.69	มาก(4)	3.57	มาก(4)	3.72	มาก(1)
6. มีการให้บริการส่ง-อัคคีตที่รวดเร็ว	3.77	มาก(1)	3.58	มาก(5)	3.67	มาก(5)	3.67	มาก(2)	3.67	มาก(2)	3.67	มาก(2)	3.66	มาก(2)	3.38	ปานกลาง(6)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51	มาก	3.62	มาก	3.65	มาก	3.65	มาก	3.65	มาก	3.65	มาก	3.67	มาก	3.73	มาก



ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และส่วน  
ประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน									
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	แปลผล (ลำดับที่)	5,000 – 10,000 บาท	แปลผล (ลำดับที่)	10,001 – 15,000 บาท	แปลผล (ลำดับที่)	15,001 – 20,000 บาท	แปลผล (ลำดับที่)	มากกว่า 20,000 บาท	แปลผล (ลำดับที่)
	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.46	ปาน กลาง(7)	3.58	มาก(5)	3.55	มาก(7)	3.60	มาก(7)	3.59	มาก(5)
2. ด้านราคา	3.62	มาก(5)	3.61	มาก(4)	3.58	มาก(6)	3.69	มาก(1)	3.80	มาก(1)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.65	มาก(4)	3.58	มาก(6)	3.61	มาก(5)	3.66	มาก(5)	3.54	มาก(7)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.66	มาก(2)	3.62	มาก(1)	3.67	มาก(1)	3.61	มาก(6)	3.68	มาก(4)
5. ด้านบุคคล	3.79	มาก(1)	3.62	มาก(1)	3.65	มาก(2)	3.67	มาก(3)	3.73	มาก(2)
6. ด้านกายภาพ	3.65	มาก(3)	3.58	มาก(7)	3.61	มาก(4)	3.68	มาก(2)	3.54	มาก(6)
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.51	มาก(6)	3.62	มาก(1)	3.65	มาก(3)	3.66	มาก(4)	3.73	มาก(3)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.66) ด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านบุคคล และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา ได้แก่ ด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.73) และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการต่าง-อัตโนมัติ ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเข้าแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการต่าง-อัตโนมัติและอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ											
	นักเรียน/นักศึกษา	แปดผล (ลำดับที่)	ข้าราชการ	แปดผล (ลำดับที่)	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แปดผล (ลำดับที่)	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	แปดผล (ลำดับที่)	เจ้าของกิจการ		แปดผล (ลำดับที่)	
									ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
1. สามารถต่าง-อัตโนมัติได้ครั้งละหลาย ๆ คัน	ค่าเฉลี่ย 3.20	ปานกลาง (7)	ค่าเฉลี่ย 3.36	ปานกลาง (4)	ค่าเฉลี่ย 3.65	มาก (3)	ค่าเฉลี่ย 3.60	มาก (3)	ค่าเฉลี่ย 3.55	มาก (3)	มาก (3)	
2. มีเครื่องมือต่าง-อัตโนมัติทันสมัย	3.68	มาก (3)	3.64	มาก (3)	3.59	มาก (4)	3.53	มาก (4)	3.52	มาก (4)	มาก (4)	
3. มีอุปกรณ์ประกอบบริการต่าง-อัตโนมัติครบครัน	3.44	ปานกลาง (5)	3.32	ปานกลาง (6)	3.36	ปานกลาง (6)	3.20	ปานกลาง (7)	3.28	ปานกลาง (7)	ปานกลาง (7)	
4. ทำความสะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม	3.32	ปานกลาง (6)	3.32	ปานกลาง (5)	3.36	ปานกลาง (5)	3.27	ปานกลาง (6)	3.34	ปานกลาง (6)	ปานกลาง (6)	
5. ราคามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.72	มาก (2)	3.80	มาก (2)	3.84	มาก (2)	3.77	มาก (2)	3.81	มาก (2)	มาก (2)	
6. ดำรงอยู่อย่างระมัดระวัง ไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย)	4.12	มาก (1)	4.20	มาก (1)	4.11	มาก (1)	4.11	มาก (1)	4.07	มาก (1)	มาก (1)	
7. มีบริการด้านอื่น ๆ เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	3.56	มาก (4)	3.30	ปานกลาง (7)	3.34	ปานกลาง (7)	3.34	ปานกลาง (5)	3.44	ปานกลาง (5)	ปานกลาง (5)	
อัตราปี จำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ เป็นต้น												
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58	มาก	3.56	มาก	3.61	มาก	3.55	มาก	3.57	มาก	มาก	



จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.12)ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.72) มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.20) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.80) มีเครื่องมือล้าง-อัดฉีดทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.61) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.11) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก(ค่าเฉลี่ย3.84) และสามารถล้าง-อัดฉีดได้ครั้งละหลาย ๆ คัน (ค่าเฉลี่ย3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.55) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.11) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.77) และสามารถล้าง-อัดฉีดได้ครั้งละหลาย ๆ คัน (ค่าเฉลี่ย3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.57) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ล้างรถอย่างระมัดระวังไม่เป็นรอยขีดข่วน(ความปลอดภัย) (ค่าเฉลี่ย4.07) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย3.81) และสามารถล้าง-อัดฉีดได้ครั้งละหลาย ๆ คัน (ค่าเฉลี่ย3.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดและอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา	อาชีพ																			
	นักเรียน/ นักศึกษา		แปลผล (ลำดับที่)		ข้าราชการ		แปลผล (ลำดับที่)		พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ		แปลผล (ลำดับที่)		พนักงาน บริษัท/ ธุ จ้าง		แปลผล (ลำดับที่)		เจ้าของก ิจการ		แปลผล (ลำดับที่)	
	ค่าเฉลี่ย				ค่าเฉลี่ย				ค่าเฉลี่ย				ค่าเฉลี่ย				ค่าเฉลี่ย			
1. ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง	4.10		มาก (1)		4.18		มาก (1)		4.01		มาก (1)		4.08		มาก (1)		3.95		มาก (1)	
2. ราคาสมาชิก	4.08		มาก (2)		4.16		มาก (2)		3.97		มาก (2)		4.04		มาก (2)		3.92		มาก (2)	
3. ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม ภายในร้าน	3.40		ปานกลาง (3)		3.62		มาก (3)		3.45		ปานกลาง (3)		3.60		มาก (3)		3.47		ปานกลาง (3)	
4. ราคาของบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ถ่าย น้ำมันเครื่อง	3.36		ปานกลาง (4)		3.52		มาก (4)		3.40		ปานกลาง (4)		3.39		ปานกลาง (4)		3.28		ปานกลาง (4)	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74		มาก		3.87		มาก		3.71		มาก		3.78		มาก		3.66		มาก	

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.74) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.10) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย4.08)ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.40) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.87) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.18) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย4.16) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.71) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.01) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.97) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.78) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย4.08) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย4.04) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.66) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาค่าล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง(ค่าเฉลี่ย3.95) ราคาสมาชิก (ค่าเฉลี่ย3.92) ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย3.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางบริการจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ  
 ด้าน-อัตคัดและอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน ช่องทางบริการจำหน่าย	อาชีพ																			
	นักเรียน/ นักศึกษา		แปลผล (ลำดับที่)		ข้าราชการ		แปลผล (ลำดับที่)		พนักงาน บริษัท/ ถูก จ้าง		แปลผล (ลำดับที่)		เจ้าของกิจการ							
	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย							
1. ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน	3.84		มาก(1)		3.78		มาก(1)		3.61		มาก(2)		3.69		มาก(1)		3.60		มาก(2)	
2. การคมนาคมสะดวก	3.60		มาก(3)		3.66		มาก(2)		3.75		มาก(1)		3.37		ปานกลาง (2)		3.63		มาก(1)	
3. ที่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า	3.32		ปานกลาง (4)		3.48		ปานกลาง (4)		3.36		ปานกลาง (4)		3.30		ปานกลาง (4)		3.36		ปานกลาง (5)	
4. ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และพอเพียง	3.62		มาก(2)		3.52		มาก(3)		3.43		ปานกลาง (3)		3.32		ปานกลาง (3)		3.39		ปานกลาง (3)	
5. ระยะเวลาการเปิดปิดของร้าน	3.22		ปานกลาง (5)		3.38		ปานกลาง (5)		3.41		ปานกลาง (5)		3.29		ปานกลาง (5)		3.38		ปานกลาง (4)	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52		มาก		3.56		มาก		3.51		มาก		3.50		มาก		3.47		มาก	

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.52) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.84) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.62) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.56) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.78) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.66) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.51) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.75) ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน(ค่าเฉลี่ย3.61) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.43) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.50) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.69) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.37) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.32) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย3.47) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.63) ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน (ค่าเฉลี่ย3.60) ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง (ค่าเฉลี่ย3.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ  
ต่าง-อัตตจิตและอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน	อาชีพ											
	นักเรียน/ นักศึกษา	แปดผล (ลำดับที่)	ข้าราชการ		แปดผล (ลำดับที่)	พนักงาน รัฐ		แปดผล (ลำดับที่)	พนักงาน บริษัท/ เอกชน		แปดผล (ลำดับที่)	เจ้าของ กิจการ
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		รัฐ วิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
1. มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ	3.48	ปานกลาง (7)	3.58	มาก (7)	3.45	ปานกลาง (9)	3.60	มาก (6)	3.60	มาก (7)	3.60	มาก (7)
2. การโฆษณาในนิตยสารวารสาร	3.40	ปานกลาง (8)	3.74	มาก (3)	3.61	มาก (5)	3.58	มาก (7)	3.60	มาก (6)	3.60	มาก (6)
3. การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น	3.70	มาก (3)	3.94	มาก (1)	3.79	มาก (1)	3.86	มาก (1)	3.86	มาก (1)	3.78	มาก (2)
4. การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต	3.80	มาก (2)	3.82	มาก (2)	3.70	มาก (4)	3.83	มาก (2)	3.83	มาก (2)	3.84	มาก (1)
5. การลดราคาในบางช่วงเวลาของวันหรือในบางโอกาส	3.52	มาก (6)	3.32	ปานกลาง (9)	3.56	มาก (6)	3.62	มาก (5)	3.62	มาก (5)	3.50	มาก (9)
6. การมีส่วนลดจากการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการ	3.56	มาก (8)	3.72	มาก (4)	3.54	มาก (7)	3.62	มาก (4)	3.62	มาก (4)	3.71	มาก (5)
7. การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต	3.60	มาก (4)	3.66	มาก (6)	3.72	มาก (2)	3.67	มาก (3)	3.67	มาก (3)	3.76	มาก (3)
8. มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มารับบริการ	3.82	มาก (1)	3.68	มาก (5)	3.71	มาก (3)	3.58	มาก (8)	3.58	มาก (8)	3.71	มาก (4)
9. มีการแจกเอกสารและให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาโรค	3.40	ปานกลาง (9)	3.38	ปานกลาง (8)	3.54	มาก (8)	3.41	ปานกลาง (9)	3.41	ปานกลาง (9)	3.56	มาก (8)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	มาก	3.65	มาก	3.62	มาก	3.64	มาก	3.64	มาก	3.67	มาก

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.59) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีบริการรับ-ส่งรถที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.82) การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย3.80) การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย3.94) การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย3.82) การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.62) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.79) การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา ใบบลิว (ค่าเฉลี่ย3.72) มีบริการรับ-ส่งรถที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.64) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย3.86) การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย3.83) มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุคลื่นท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย3.84) การให้เครดิต สามารถชำระได้โดยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย3.78) มีบริการ รับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด และอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน บุคคล	อาชีพ																	
	นักเรียน/ นักศึกษา		แปดผล (ลำดับที่)		ข้าราชการ		แปดผล (ลำดับที่)		พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ		แปดผล (ลำดับที่)		พนักงาน บริษัท/ ธุรกิจ		แปดผล (ลำดับที่)		เจ้าของ กิจการ	
	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	
1. พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถแนะนำ บริการเรื่อง การดูแลรถได้เป็นอย่างดี	3.76		มาก (4)		3.68		มาก (5)		3.63		มาก (5)		3.51		มาก (5)		3.60	
2. พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการ ได้เวลา ที่ผู้ให้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์	3.82		มาก (1)		3.74		มาก (3)		3.72		มาก (3)		3.67		มาก (3)		3.71	
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ สัมผัส แจ่มใส	3.68		มาก (5)		3.48		ปานกลาง (7)		3.47		ปานกลาง (7)		3.39		ปานกลาง (7)		3.60	
4. พนักงานพูดจาดี ใช้ชื่อย่อที่เหมาะสม	3.64		มาก (6)		3.64		มาก (6)		3.50		มาก (6)		3.68		มาก (2)		3.68	
5. พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ	3.80		มาก (2)		3.78		มาก (2)		3.74		มาก (2)		3.83		มาก (1)		3.73	
6. พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ	3.56		มาก (7)		3.88		มาก (1)		3.81		มาก (1)		3.65		มาก (4)		3.65	
7. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	3.78		มาก (3)		3.70		มาก (4)		3.65		มาก (4)		3.44		ปานกลาง (6)		3.86	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72		มาก		3.70		มาก		3.65		มาก		3.60		มาก		3.69	



จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.72) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.82) พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย3.80) ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย3.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย3.88) พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.78) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ (ค่าเฉลี่ย3.81) พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.74) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.60) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) พนักงานพูดจาดี ใช้ถ้อยคำเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย3.68) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย3.69) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย3.86) พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย3.73) พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้เวลาที่ผู้ใช้บริการ มีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย3.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการต่าง-อัตนิจ และอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกายภาพ	อาชีพ													
	นักเรียน/ นักศึกษา ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	ข้าราชการ ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	พนักงาน รัฐ		แปลผล (ลำดับที่)	พนักงาน บริษัท/ ลูกจ้าง		แปลผล (ลำดับที่)	เจ้าของกิจการ ค่าเฉลี่ย	แปลผล (ลำดับที่)	แปลผล (ลำดับที่)	
					วิสาหกิจ ค่าเฉลี่ย	วิสาหกิจ ค่าเฉลี่ย		บริษัท/ ลูกจ้าง ค่าเฉลี่ย						
1. มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรบรถ	4.24	มาก (1)	4.02	มาก (1)	4.09	มาก (1)	4.11	มาก (1)	3.92	มาก (2)				
2. มีห้องและของเล่นสำหรับเด็กเล่นระหว่างรอรบรถ	3.32	ปานกลาง (9)	3.30	ปานกลาง (9)	3.31	ปานกลาง (8)	3.18	ปานกลาง (9)	3.21	ปานกลาง (9)				
3. การตกแต่งสถานที่ทันสมัย	4.00	มาก (2)	3.90	มาก (2)	4.04	มาก (2)	4.06	มาก (2)	4.05	มาก (1)				
4. ช้อร้านลดจ่าง่าย	3.52	มาก (6)	3.64	มาก (5)	3.50	มาก (5)	3.51	มาก (5)	3.44	ปานกลาง (8)				
5. มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบา ๆ ภายในร้าน	3.84	มาก (3)	3.56	มาก (6)	3.56	มาก (4)	3.72	มาก (3)	3.63	มาก (4)				
6. สถานที่ และห้องน้ำสะอาด	3.36	ปานกลาง (8)	3.50	มาก (8)	3.22	ปานกลาง (9)	3.46	ปานกลาง (7)	3.57	มาก (6)				
7. ห้องรอรบรถคิดแคร์ เช่นสบาย	3.52	มาก (7)	3.52	มาก (7)	3.43	ปานกลาง (7)	3.30	ปานกลาง (8)	3.52	มาก (7)				
8. สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่แออัด สะดวกสบาย	3.60	มาก (4)	3.68	มาก (4)	3.50	มาก (6)	3.51	มาก (6)	3.71	มาก (3)				
9. สถานที่รอรบรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน	3.56	มาก (5)	3.74	มาก (3)	3.68	มาก (3)	3.69	มาก (4)	3.63	มาก (5)				
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52	มาก	3.56	มาก	3.51	มาก	3.39	มาก	3.47	มาก				

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย 4.24) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบา ๆ ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย 4.04) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.90) สถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย 4.09) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.04) สถานที่รอรับรถเงียบ ไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้างให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย 4.11) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีการเปิดดนตรีให้ฟังเบา ๆ ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีมุมอ่านหนังสือและพักผ่อนช่วงรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย 4.05) การตกแต่งสถานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) สถานที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นความจำเป็นต่อมาตรการลดค่าบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ  
ต่าง-ยัดเม็ดและอะซีฟ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการบริการ	อาชีพ													
	นักเรียน/ นักศึกษา ค่าเฉลี่ย	แปดผล (ลำดับที่)	ข้าราชการ		แปดผล (ลำดับที่)	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ ค่าเฉลี่ย		แปดผล (ลำดับที่)	พนักงาน บริษัท/ ธุ จ้าง ค่าเฉลี่ย		แปดผล (ลำดับที่)	เจ้าของกิจ การ ค่าเฉลี่ย		แปดผล (ลำดับที่)
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย				
1. มีการพักทนายต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้าไปในร้าน	3.56	มาก (5)	3.50	มาก (6)	3.65	มาก (3)	3.67	มาก (3)	3.52	มาก (5)	3.52	มาก (5)	มาก (5)	
2. มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน	3.78	มาก (1)	3.66	มาก (1)	3.72	มาก (1)	3.58	มาก (5)	3.65	มาก (2)	3.65	มาก (2)	มาก (2)	
3. มีระบบการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	3.76	มาก (2)	3.60	มาก (2)	3.56	มาก (6)	3.53	มาก (6)	3.57	มาก (4)	3.57	มาก (4)	มาก (4)	
4. มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ	3.44	ปานกลาง (6)	3.56	มาก (3)	3.56	มาก (5)	3.76	มาก (2)	3.68	มาก (1)	3.68	มาก (1)	มาก (1)	
5. มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการ ของลูกค้า	3.60	มาก (4)	3.54	มาก (4)	3.63	มาก (4)	3.88	มาก (1)	3.52	มาก (6)	3.52	มาก (6)	มาก (6)	
6. มีการให้บริการต่าง-ยัดเม็ดที่รวดเร็ว	3.64	มาก (3)	3.52	มาก (5)	3.70	มาก (2)	3.60	มาก (4)	3.63	มาก (3)	3.63	มาก (3)	มาก (3)	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63	มาก	3.57	มาก	3.64	มาก	3.67	มาก	3.60	มาก	3.60	มาก	มาก	

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีระบบการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีระบบการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีการทักทายต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้าไปในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ ลูกจ้างให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการสอบถามความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีการทักทายต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้าไปในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการบริการรับส่งรถรับส่งรถ (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีป้ายบอกราคาที่ค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีการให้บริการล้าง-อัดฉีดที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ									
	นักเรียน/นักศึกษา	แปลผล (ลำดับที่)	ข้าราชการ	แปลผล (ลำดับที่)	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แปลผล (ลำดับที่)	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	แปลผล (ลำดับที่)	เจ้าของกิจการ	แปลผล (ลำดับที่)
	ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย		ค่าเฉลี่ย	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.58	มาก (5)	3.56	มาก (7)	3.61	มาก (5)	3.55	มาก (5)	3.57	มาก (5)
2. ด้านราคา	3.74	มาก(1)	3.87	มาก(1)	3.71	มาก(1)	3.78	มาก(1)	3.66	มาก(3)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.52	มาก(6)	3.56	มาก(6)	3.51	มาก(6)	3.50	มาก(5)	3.47	ปานกลาง(7)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.59	มาก(4)	3.65	มาก(3)	3.62	มาก(4)	3.64	มาก(3)	3.67	มาก(2)
5. ด้านบุคคล	3.72	มาก(2)	3.70	มาก(2)	3.65	มาก(2)	3.60	มาก(4)	3.69	มาก(1)
6. ด้านกายภาพ	3.52	มาก(7)	3.56	มาก(5)	3.51	มาก(7)	3.39	ปานกลาง(7)	3.53	มาก(6)
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.63	มาก(3)	3.57	มาก(4)	3.64	มาก(3)	3.67	มาก(2)	3.60	มาก(4)

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.72) และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.70) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.65) และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3 ลำดับแรก คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา ได้แก่ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด  
บริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ลำดับแรก คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.69)  
รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

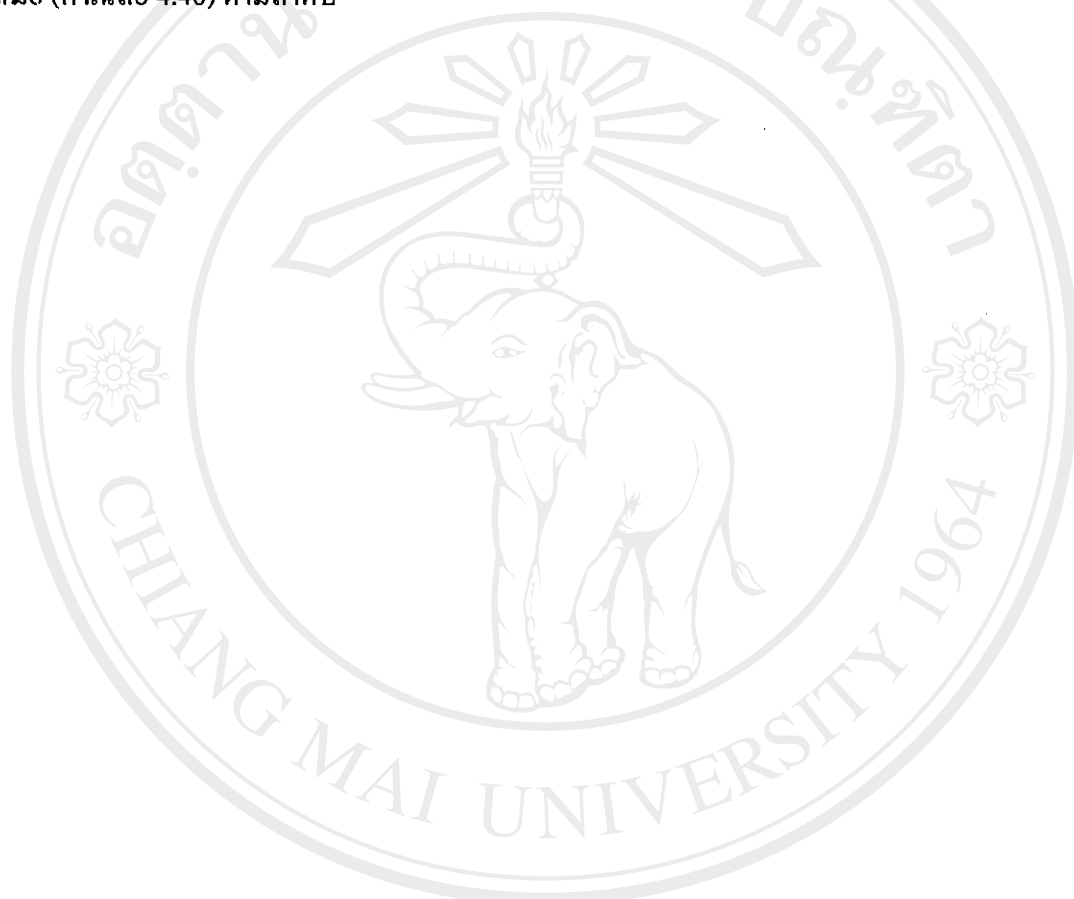
ส่วนที่ 8 ปัญหาที่พบในการใช้บริการล้างอัดฉีด

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้างอัดฉีด จำนวนตามปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการล้างอัดฉีด

ปัญหา	ระดับของปัญหา										แปลผล (ลำดับที่)	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. คุณภาพในการล้างอัดฉีดดี(ไม่สะอาด)	113	56.5	80	40	7	3.5	-	-	-	-	4.53	มากที่สุด(1)
2. ไม่มีการโทรให้มารับรถ	91	45.5	101	50.5	-	-	8	4	-	-	4.37	มาก(4)
3. ราคาล้างอัดฉีดแพงเกินไป	112	56	44	22	44	22	-	-	-	-	4.34	มาก(5)
4. ผู้ให้บริการพูดจาไม่สุภาพ	81	40.5	105	52.5	14	7	-	-	-	-	4.33	มาก(6)
5. ไม่มีการบริการรับส่งรถให้ลูกค้า	77	38.5	109	54.5	-	-	14	7	-	-	4.24	มาก(7)
6. ไม่มีการแจ้งค่าบริการล้างอัดฉีดล่วงหน้า	37	18.5	100	50	51	25.5	-	-	12	6	3.75	มาก(9)
7. สถานที่ไม่มีความสะอาดเรียบร้อย	97	48.5	48	24	47	23.5	-	-	8	4	4.12	มาก(8)
8. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ไม่ทันสมัย	112	56	56	28	32	16	-	-	-	-	4.40	มาก(3)
9. มีการนัดหมายไม่ตรงเวลา	105	52.5	76	38	19	9.5	-	-	-	-	4.43	มาก(2)
10. ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง	-	-	-	-	-	-	76	38	124	62	1.38	น้อย(10)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>											4.40	มาก



จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการล้าง-อัดฉีด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) โดยปัญหาย่อยที่ได้รับจากการใช้บริการล้าง-อัดฉีด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพในการล้าง-อัดฉีดต่ำ(ไม่สะอาด) (ค่าเฉลี่ย 4.53) มีการนัดหมายไม่ตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.40) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved