

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยการออกแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ คาร์แคร์ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 200 ราย ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ จากหนังสือ วารสารสิ่งพิมพ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย วัดระดับความสำคัญที่ผลต่อการตัดสินใจโดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า แบ่งระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.5 มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 47.0 สถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 52.5 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 40.5 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-20,000 บาท ร้อยละ 33.0 และประเภทรถยนต์ที่เป็นเจ้าของคือรถเก๋ง ร้อยละ 72.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการคาร์แคร์

ผลการศึกษาการเลือกใช้บริการคาร์แคร์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้ล้างรถภายนอก ร้อยละ 94.5 สถานที่ใช้บริการคาร์แคร์ศูนย์บริการทั่วไป ร้อยละ 63.5 การใช้บริการโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 45.0 ส่วนใหญ่วันที่ใช้บริการวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 64.5 ช่วงเวลาที่ใช้คาร์แคร์ 12.01-16.00 น. ร้อยละ 46.0 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์

แคว่โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 200-400 บาท ร้อยละ 48.0 เจื่อนใจในการชำระเงินค่าบริการเป็นแบบชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 86.0 การรู้จักร้านอาหารแคว่ที่ใช้บริการมีคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 57.5 เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคว่ที่ใช้บริการสะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 54 และรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ ครอบงวนลด ร้อยละ 55.5

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคว่

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากทุกปัจจัยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพด้านการบริการ และให้ความสำคัญด้านความสะอาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.40) และการใช้วัสดุผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทางทาง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ มีสถานที่รับรถที่มารับบริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.08) และสถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และพนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และมีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) และมีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บริการคาร์แคร์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การให้บริการไม่มีความหลากหลาย และไม่สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน เท่ากัน ร้อยละ 17.0 รองลงมาคือ การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ ร้อยละ 14.0 และการบริการไม่มีคุณภาพ ร้อยละ 13.0

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน ร้อยละ 21.5 รองลงมาคือ ไม่มีส่วนลดเงินสดให้กับลูกค้า ร้อยละ 14.5 และราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายราคาสูง ร้อยละ 13.5

ปัญหาด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ มีสถานที่ที่พักรถแคบ ร้อยละ 19.5 รองลงมาคือ ที่ทำความสะอาดรถแคบ ร้อยละ 17.0 และมีสถานที่รับรถในการบริการแคบ ร้อยละ 15.5

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี ร้อยละ 15.5 รองลงมาคือ ไม่มีการแจ้งเมื่อมีการจัดรายการพิเศษ ร้อยละ 12.5 และไม่มีโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) ร้อยละ 12.0

ปัญหาด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานล้างรถให้บริการไม่เพียงพอต่อลูกค้า ร้อยละ 18.0 รองลงมาคือพนักงานล้างรถทำงานด้วยความเฉื่อยชาและล่าช้า พนักงานล้างรถขาดการให้บริการที่เสมอภาคและขาดความสุภาพในการบริการ ร้อยละ 12.0 และพนักงานประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยไม่สุภาพในการให้บริการ ร้อยละ 11.0

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ ร้อยละ 16.5 รองลงมาคือ ภายในร้านและภายนอกร้านไม่มีการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม ร้อยละ 14.5 และ เครื่องมือและอุปกรณ์ไม่ทันสมัย ร้อยละ 13.0

ปัญหาด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือการเข้ารับบริการไม่สะดวก ร้อยละ 16.0 รองลงมาคือ ไม่มีการจัดคิวลูกค้าก่อน-หลัง ร้อยละ 14.0 และ ไม่มีการตรวจความเรียบร้อยรถก่อนการส่งมอบรถ ร้อยละ 13.0

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
คาร์แคร์ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้

5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
คาร์แคร์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) และการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.40) และการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทางทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ มีสถานที่รับรถที่มารับบริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมีสถานที่รับรถที่มารับบริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อ

รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และการเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.36) และพนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ พนักงานล้างรถมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และพนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีชื่อเสียงด้านการบริการ และ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้บริการที่รวดเร็ว ความสะดวกในการเข้ารับบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ มีการ

ตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.03)

5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คาร์แคร์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย

4.41) รองลงมาคือ ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.36) และคุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.53) และให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก 3 ลำดับแรก คือ ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมา คือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ และการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพด้านการบริการ ให้ความสำคัญด้านความสะอาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) และการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.33) และการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมาคือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ ด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง(ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาคงที่(ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาคือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง มีส่วนลดเงินสด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง และราคาคงที่ มี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) และราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม มีส่วนลดเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง และเวลาในการบริการเปิด-ปิดเหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) และทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ, ห้องพักรถลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ และ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถ กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และเวลาในการบริการเปิด-ปิดเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.22) และมีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และการเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการสะสม

จำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ และจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาคือ การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และการเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์ พนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ พนักงานห้างมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ พนักงานห้างมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) และพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานห้างมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ พนักงานประชาสัมพันธ์มีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และพนักงานห้างมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ และพนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และพนักงานประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ และพนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และพนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานล้างรถให้บริการอย่างเสมอภาคและมีความสุภาพ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.40) และพนักงานในร้านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ พนักงานล้างรถให้บริการมีเพียงพอต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการพนักงานล้างรถมีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.31)) และความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ มีชื่อเสียงด้านการบริการ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และห้องพักรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ เท่ากัน ภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.38) และความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ และ ภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ ห้องพักรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมาคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.29) และ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.31) และความสะดวกในการเข้ารับ มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าทุกครั้ง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การให้บริการที่รวดเร็ว มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าทุกครั้ง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ มีการปรานงานระหว่างแผนกที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.39) และความสะดวกในการเข้ารับบริการ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

5.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาทหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 -10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 -20,000 บาท และ 20,001 -30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13, 4.39) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.04, 4.28) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03, 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ให้ความสำคัญด้านความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมาคือ คุณภาพด้านการบริการ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพด้านการบริการ ให้ความสำคัญด้านความสะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ ให้ความสำคัญด้านความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.29) และการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ให้ความสำคัญด้านความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.80) รองลงมาคือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.70) และการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมาคือ ให้ความสำคัญด้านความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.61) และการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.17) และมีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.28) และมีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และสถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทางทาง (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.14) และมีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทางทาง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ มีสถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) และมีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทางทาง (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ มีสถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีสถานที่รับรองรถที่มารับบริการกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง มีสถานที่รับรองรถที่มารับบริการกว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทางทาง มีสถานที่พักรอที่กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และเวลาในการบริการเปิด-เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาทหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาคือ การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) และการให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือ การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และการเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ

การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ จัดโปรโมชัน (ลด แลก แจก แถม) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ จัดโปรโมชัน (ลด แลก แจก แถม) (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) และการสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ปัจจัยด้านบุคลากรและพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานรับรถมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมาคือ พนักงานในร้านแต่งกายสุภาพเหมาะสม พนักงานในร้านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ พนักงานล้างรถให้บริการอย่างเสมอภาคและมีความสุภาพ พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ พนักงานล้างรถมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และพนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และพนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา คือ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการ พนักงานประชาสัมพันธ์มีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.48) และพนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานประชาสัมพันธ์มีอัตราที่ต่ำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาคือ พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และพนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็ว และถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากคือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) และภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีชื่อเสียงด้านการบริการ ภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) และภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ และ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีระบบขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องตามคำสั่ง มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และมีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.76) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.64) และมีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การให้บริการที่รวดเร็ว ความสะดวกในการเข้ารับบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.19)

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการแคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลโดยใช้แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอัจฉราภรณ์ ชัยทอง (2547) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกายภาพ ด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลากร นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของรัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ ของพนักงานบริษัทในนิคมอุตสาหกรรม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร

สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอัจฉราภรณ์ ชัยทอง (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับสุดท้ายคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และไม่สอดคล้องกับของ รัชฎาภรณ์ ทาระวรรณ (2548) ที่พบว่าถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมากลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านราคา

ข้อค้นพบ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ พบว่า บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้อยกว่าบริการอื่นๆคือ เปลี่ยนอุปกรณ์อื่น เช่น ที่ปัดน้ำฝน และสถานที่ที่ใช้บริการคาร์แคร์น้อยกว่าสถานที่อื่นคือ ศูนย์บริการเครือข่ายเฟรนไชส์ และพบว่าการใช้บริการมากกว่า 3 เดือน/ครั้งมีน้อย โดยพบว่าวันที่ใช้บริการน้อยคือวันอังคาร ช่วงเวลา หลัง 20.00 น. มีผู้ใช้บริการน้อย และแหล่งข้อมูลที่ทราบข้อมูลคาร์แคร์น้อยกว่าแหล่งอื่นคือ วิทยุท้องถิ่น และเหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการน้อยคือ มีข้อสมนาคุณในการใช้บริการ และรายการส่งเสริมการขายที่ชอบน้อยคือ สะสมแต้มแลกรางวัล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากทุกปัจจัยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงาน ผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้ายคือการบริการด้านอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนอะไหล่ต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และอาชีพข้าราชการ อาชีพอิสระ เจ้าของกิจการ และรายได้ 5,000 บาทหรือต่ำกว่า 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ด้านความสะอาด ด้านคุณภาพด้านการบริการ และการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่าย และตั้งราคาค่าบริการใกล้เคียงกับร้านอื่น ที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านมีบริการโทรจองคิว (ทางโทรศัพท์) ที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้าน การโฆษณา เช่น วิทยุ ป้ายประกาศ นิตยสาร/วารสาร การประชาสัมพันธ์เช่นการแข่งขันรถเพื่อการกุศล การมอบทุนการศึกษา มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี และมีการบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี ที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ยังพบว่า อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในด้าน การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ และการจัดโปรโมชั่น (ลดแลก แจก แถม)

และพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในด้าน การจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม)

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้ายคือ พนักงานล้างรถให้บริการมีเพียงพอลูกค้าและพนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ

นอกจากนี้พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาทหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดด้าน พนักงานรับรถมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ พนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม พนักงานในร้านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดด้าน พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ และรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดด้าน พนักงานประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้าน บริเวณที่รอรับบริการมีมุมเครื่องดื่ม (กาแฟ) สำหรับบริการ (ฟรี) ที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ยังพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาทหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ด้าน มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ และมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดด้าน มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้ายคือ ระยะเวลาการรอรับบริการ (มีการจัดคิวลูกค้า)

นอกจากนี้ยังพบว่าอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้าน การให้บริการที่รวดเร็ว และความสะดวกในการเข้ารับบริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ด้าน การให้บริการที่รวดเร็ว ความสะดวกในการเข้ารับบริการ และมีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ

จากการศึกษาปัญหาในการใช้บริการ พบว่า

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ การให้บริการไม่มีความหลากหลาย และไม่สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน การใช้วัสดุผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ และการบริการไม่มีคุณภาพ

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือไม่มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน ไม่มีส่วนลดเงินสดให้กับลูกค้า และราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายราคาสูง

ปัญหาด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือมีสถานที่พักรถแคบ ที่ทำความสะอาดแคบ และมีสถานที่รับรองรถในการบริการแคบ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือไม่มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี ไม่มีการแจ้งเมื่อมีการจัดรายการพิเศษ และไม่มีโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม)

ปัญหาด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ พนักงานล้างรถให้บริการไม่เพียงพอต่อลูกค้า พนักงานล้างรถทำงานด้วยความเหนื่อยหาล่าช้า พนักงานล้างรถขาดการให้บริการที่เสมอภาคและขาดความสุภาพในการบริการ และพนักงานประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยไม่สุภาพในการให้บริการ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ ไม่มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ รองลงมาคือ ภายในร้านและภายนอกร้านไม่มีการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม และ เครื่องมือและอุปกรณ์ไม่ทันสมัย

ปัญหาด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือการเข้ารับบริการไม่สะดวก รองลงมาคือ ไม่มีการจัดคิวลูกค้าก่อน-หลัง และไม่มีมีการตรวจความพร้อมรถก่อนการส่งมอบรถ

ตารางที่ 59 สรุประดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ จากมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.38	มาก
ความสะดวกในการเข้ารับบริการ	4.35	มาก
พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์	4.34	มาก
พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.32	มาก
พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	4.30	มาก
พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.29	มาก
ราคาคงที่	4.28	มาก
พนักงานล้างรถมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และ คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ	4.26	มาก
พนักงานประชาสัมพันธ์มีอรรถาศัยที่ดีในการให้บริการ	4.25	มาก
มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย	4.25	มาก
ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ	4.24	มาก
มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ	4.23	มาก
พนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม	4.20	มาก
พนักงานในร้านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้	4.20	มาก
จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม)	4.19	มาก
ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทางทาง	4.18	มาก
พนักงานรับมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	4.18	มาก
มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ	4.18	มาก
พนักงานล้างรถให้บริการอย่างเสมอภาคและมีความสุข	4.18	มาก
พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ	4.17	มาก
พนักงานล้างรถให้บริการมีเพียงพอลูกค้า	4.17	มาก
การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.16	มาก
มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	4.12	มาก

ตารางที่ 59 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ จากมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น	4.12	มาก
มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง	4.08	มาก
มีชื่อเสียงด้านการบริการ	4.08	มาก
สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง	4.06	มาก
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง	4.04	มาก
มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าทุกครั้ง	4.03	มาก
ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ	4.03	มาก
มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	4.01	มาก
การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ	4.01	มาก
ราคาให้บริการต่อครั้งเหมาะสม	4.00	มาก
มีสถานที่พักรอที่กว้างขวาง	4.00	มาก
การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.98	มาก
สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน	3.97	มาก
มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ	3.97	มาก
มีส่วนลดเงินสด	3.94	มาก
ความหลากหลายของการให้บริการ	3.92	มาก
การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่	3.91	มาก
มีการประสานงานระหว่างแผนกที่ดี	3.88	มาก
ระยะเวลาการรอรับบริการ (มีการจัดคิวลูกค้า)	3.87	มาก
มีระบบขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องตามคำสั่ง	3.86	มาก
เวลาในการบริการเปิด-ปิด เหมาะสม	3.85	มาก

ตารางที่ 59 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ จากมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การตั้งราคาของบริการการเสริมต่างๆ	3.83	มาก
มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุฬารับรถ, ห้องพักลูกค้า	3.80	มาก
การให้บริการเสริม เช่น เติมน้ำมัน, ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ, เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	3.70	มาก
มีการชำระด้วยบัตรเครดิต	3.64	มาก
บริเวณที่รอรับบริการมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน	3.64	มาก
มีบริการด้านอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนอะไหล่ต่างๆ เป็นต้น	3.62	มาก
บริเวณที่รอรับบริการมีมุมเครื่องดื่ม (กาแฟ) สำหรับบริการ (ฟรี)	3.45	ปานกลาง
ตั้งราคาค่าบริการใกล้เคียงกับร้านอื่น	3.37	ปานกลาง
มีการบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี	3.37	ปานกลาง
มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี	3.33	ปานกลาง
มีบริการโทรจองคิว (ทางโทรศัพท์)	3.31	ปานกลาง
การโฆษณา เช่น วิทยุ ป้ายประกาศ นิตยสาร/วารสาร	3.25	ปานกลาง
ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่าย	3.18	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์เช่นการแข่งขันรถเพื่อการกุศล การมอบทุนการศึกษา	2.95	ปานกลาง

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ตั้งราคาค่าบริการใกล้เคียงกับร้านอื่น มีการบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี มีบริการโทรจองคิว (ทางโทรศัพท์) การโฆษณา เช่น วิทยุ ป้ายประกาศ นิตยสาร/วารสาร ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่าย และการประชาสัมพันธ์เช่นการแข่งขันรถเพื่อการกุศล การมอบทุนการศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 60 สรุปปัญหาในการใช้บริการ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์		
การให้บริการไม่มีความหลากหลาย	34	17.0
ไม่สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายๆ คัน	34	17.0
ไม่มีบริการเสริม เช่น เติมน้ำกลั่น, ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ, เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	23	11.5
ไม่มีบริการด้านอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนอะไหล่ต่างๆ เป็นต้น	23	11.5
การใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ	28	14.0
การบริการไม่มีคุณภาพ	26	13.0
ไม่ให้ความสำคัญด้านความสะอาด	19	9.5
ไม่มีการรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน	23	11.5
ด้านราคา		
ราคาค่าบริการต่อครั้งไม่เหมาะสม	15	7.5
ไม่แจ้งราคาของบริการเสริมต่างๆ	16	8.0
ไม่มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	43	21.5
ไม่แจ้งให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง	26	13.0
ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายราคาสูง	27	13.5
การตั้งราคาที่สูงจากร้านอื่น	19	9.5
รับชำระด้วยบัตรเครดิต	20	10.0
ไม่มีส่วนลดเงินสดให้กับลูกค้า	29	14.5
ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย	14	7.0
ด้านสถานที่		
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง	28	14.0
ที่ทำให้ความสะอาดรถแคบ	34	17.0
มีสถานที่รับรองรถในการบริการแคบ	31	15.5
มีสถานที่ที่จอดรถแคบ	39	19.5
ไม่มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ, ห้องพักลูกค้า	26	13.0
เวลาในการบริการเปิด-ปิด ไม่เหมาะสม	18	9.0
ไม่มีการจองคิวลูกค้า	7	3.5

ตารางที่ 60 (ต่อ) สรุปปัญหาในการใช้บริการ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมการตลาด		
ไม่มีการเปิดรับสมาชิก	21	10.5
ไม่มีการสะสมจำนวนครั้งเพื่อให้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	22	11.0
ไม่มีส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่	23	11.5
ไม่มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ป้ายประกาศ นิตยสาร/วารสาร	14	7.0
ไม่มีการประชาสัมพันธ์เช่น การแข่งขันเพื่อการกุศล, การมอบทุนการศึกษา	21	10.5
ไม่มีเอกสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์แจกฟรี	14	7.0
ไม่มีบริการรับ-ส่ง รถที่มาใช้บริการฟรี	31	15.5
ไม่มีการโปร โมชั่น (ลด แลก แจก แถม)	24	12.0
ไม่มีการแจ้งเมื่อมีการจัดรายการพิเศษ	25	12.5
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ		
พนักงานล้างรถขาดความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	14	7.0
พนักงานล้างรถไม่สามารถให้คำปรึกษา และคำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ	20	10.0
พนักงานล้างรถทำงานด้วยความถี่อหยาและล่าช้า	24	12.0
พนักงานล้างรถให้บริการไม่เพียงพอต่อลูกค้า	36	18.0
พนักงานล้างรถขาดการให้บริการที่เสมอภาคและขาดความสุภาพในการบริการ	24	12.0
พนักงานรับรถขาดความชำนาญในการจับเครื่องรถยนต์	21	10.5
พนักงานรับรถขาดความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	13	6.5
พนักงานประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยไม่สุภาพในการให้บริการ	22	11.0
พนักงานในร้านขาดความน่าเชื่อถือ, ไม่ความซื่อสัตย์	8	4.0
พนักงานในร้านแต่งกายไม่สุภาพและไม่เหมาะสม	15	7.5
พนักงานในร้านไม่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้	14	7.0
พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่ล่าช้าและผิดพลาด	16	8.0

ตารางที่ 60 (ต่อ) สรุปปัญหาในการใช้บริการ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ด้านลักษณะทางกายภาพ		
ชื่อเสียงด้านการบริการไม่เป็นที่รู้จัก	15	7.5
สถานที่ และห้องน้ำ ไม่สะอาด	14	7.0
ห้องพักรับรถแคบ ที่นั่งไม่เพียงพอ	13	6.5
บริเวณที่รอรับบริการ ไม่มีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน	23	11.5
ไม่มีมุมเครื่องดื่ม (กาแฟ, น้ำ) สำหรับบริการ (ฟรี)	15	7.5
ภายในร้านและภายนอกร้านไม่มีการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม	25	12.5
ไม่มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการใช้บริการ	36	18.0
เครื่องมือและอุปกรณ์ไม่ทันสมัย	27	13.5
ด้านกระบวนการ		
การให้บริการที่ล่าช้า	25	12.5
การเข้ารับบริการไม่สะดวก	33	16.5
ไม่มีการจัดคิวลูกค้าก่อน-หลัง	27	13.5
ขั้นตอนการทำงานไม่ถูกต้องตามคำสั่ง	16	8.0
ขาดการประสานงานที่ดี	11	5.5
มีการคิดเงินที่ล่าช้าและผิดพลาด	14	7.0
ไม่มีการตรวจความเรียบร้อยรถก่อนการส่งมอบรถ	28	14.0
ไม่มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	22	11.0

และจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีข้อค้นพบ ดังแสดงในตารางที่ 61-63

ตารางที่ 61 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ให้ความสำคัญด้านความสะอาด (4.51:มากที่สุด)	คุณภาพด้านการบริการ (4.43: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาคงที่ (4.29: มาก)	ราคาคงที่ (4.26: มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการเดินทางทาง (4.20: มาก)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการเดินทางทาง (4.16: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (4.18: มาก)	จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) (4.20: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการ (4.40: มาก)	พนักงานในร้านมีความ น่าเชื่อถือ, มีความซื่อสัตย์ (4.35: มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย (4.31: มาก)	ความสะอาดของสถานที่ และ ห้องน้ำ (4.25: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	การให้บริการที่รวดเร็ว (4.40: มาก)	การให้บริการที่รวดเร็ว และ ความสะดวกในการเข้ารับ บริการ เท่ากัน (4.35: มาก)

จากตารางที่ 61 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อย่อยในแต่ละด้านเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญต่อย่อยอันดับแรกต่างกัน

ตารางที่ 62 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัท เอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	เจ้าของกิจการ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	การรับประกันความ เสียหายที่อาจเกิด ขึ้นกับรถของท่าน (4.41: มาก)	คุณภาพด้านการ บริการ (4.56: มากที่สุด)	ให้ความสำคัญด้าน ความสะอาด (4.55: มากที่สุด)	คุณภาพด้านการ บริการ (4.38: มาก) ให้ความสำคัญด้าน ความสะอาด (4.38: มาก)	คุณภาพด้านการ บริการ (4.50: มากที่สุด)	คุณภาพด้านการ บริการ (4.61: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	มีป้ายบอกราคา ค่าบริการที่ชัดเจน (4.10: มาก)	ราคาคงที่ (4.21: มาก)	ราคาคงที่ (4.34: มาก)	ราคาคงที่ (4.69: มาก)	ราคาคงที่ (4.25: มาก)	มีป้ายบอกราคา ค่าบริการชัดเจน (4.33: มาก)
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่ายและสถานที่	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ ให้บริการสะดวกต่อ การเดินทางทาง (4.21: มาก)	มีสถานที่ทำความ สะอาดล้างรถกว้าง ขวาง (4.29: มาก)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ ให้บริการสะดวกต่อ การเดินทาง (4.20: มาก)	มีสถานที่ทำความ สะอาดล้างรถกว้าง ขวาง (4.38: มาก)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ ให้บริการสะดวกต่อ การเดินทาง มีสถานที่ รับรองรถที่มาใช้ บริการกว้างขวาง มี สถานที่พักรถที่ กว้างขวาง เท่ากัน (4.13: มาก)	สถานที่ทำความ สะอาดล้างรถ กว้างขวาง (4.24: มาก)

ตารางที่ 62 (ต่อ) แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัท เอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	เจ้าของกิจการ
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	โปรโมชัน (ลด แลก แจก แคม) (4.10: มาก)	โปรโมชัน (ลด แลก แจก แคม) (4.15: มาก)	โปรโมชัน (ลด แลก แจก แคม) (4.18: มาก)	การให้ส่วนลด ค่าบริการ เช่น ช่วง เทศกาลปีใหม่ และจัด โปรโมชัน (ลด แลก แจก แคม) (4.62: มากที่สุด)	จัดโปรโมชัน (ลด แลก แจก แคม) (4.18: มาก)	จัดโปรโมชัน (ลด แลก แจก แคม) (4.22: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร และพนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานในร้านมี ความน่าเชื่อถือ, มี ความซื่อสัตย์ พนักงานในร้านมีการ แต่งกายสุภาพ เหมาะสม เท่ากัน (4.41: มาก)	พนักงานล่างรถมี ความรู้ ความชำนาญ ในการให้บริการ พนักงานในร้านมี ความน่าเชื่อถือ, มี ความซื่อสัตย์ เท่ากัน (4.32: มาก)	พนักงานล่างรถมี ความรู้ ความชำนาญ ในการให้บริการ และ พนักงานในร้านมี ความน่าเชื่อถือ, มี ความซื่อสัตย์ เท่ากัน (4.32: มาก)	พนักงานในร้านมี ความน่าเชื่อถือ, มี ความซื่อสัตย์ (4.46: มาก)	พนักงานล่างรถมี ความกระตือรือร้นใน การให้บริการ (4.43: มาก)	พนักงานล่างรถมี ความกระตือรือร้นใน การให้บริการ พนักงานรับชำระเงิน ให้บริการที่รวดเร็ว และถูกต้อง (4.44: มาก)

ตารางที่ 62 (ต่อ) แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัท เอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	เจ้าของกิจการ
ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	มีความปลอดภัยใน ทรัพย์สินในการรับ บริการ (4.36: มาก)	มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ ทันสมัย (4.41: มาก)	ความสะอาดของ สถานที่ และห้องน้ำ (4.14: มาก)	มีความปลอดภัยใน ทรัพย์สินในการรับ บริการ (4.46: มาก)	ความสะอาดของ สถานที่ และห้องน้ำ (4.28: มาก)	ความสะอาดของ สถานที่ และห้องน้ำ (4.39: มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	การให้บริการที่ รวดเร็ว (4.36: มาก)	ความสะดวกในการ เข้ารับบริการ (4.53: มากที่สุด)	ความสะดวกในการ เข้ารับบริการ (4.34: มาก)	มีการตรวจสอบรถ ครั้งสุดท้ายก่อนการ ส่งมอบ (4.38: มาก)	การให้บริการที่ รวดเร็ว มีการ ตรวจสอบรถครั้ง สุดท้ายก่อนการส่ง มอบ เท่ากัน (4.43: มาก)	การให้บริการที่ รวดเร็ว (4.44: มาก)

จากตารางที่ 62 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เมื่อจำแนกตามอาชีพ ได้ผลสรุป ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ อาชีพข้าราชการ อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ อาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ คุณภาพด้าน การบริการ ส่วนอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ในด้าน คือด้าน ความสะอาด ส่วนอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอันดับแรก คือ ให้ความสำคัญ ด้านความสะอาด และอาชีพนักเรียนนักศึกษาให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอันดับแรก การ รับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถของท่าน

ด้านราคา อาชีพข้าราชการ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ราคาของ ที่ ส่วนอาชีพ เจ้าของกิจการและอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอันดับแรก คือ มีป้าย บอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ทำเลที่ตั้งของ สถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง ส่วน อาชีพข้าราชการ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพ เจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอันดับแรก คือ มีสถานที่ทำความสะอาดรถ กว้างขวาง และอาชีพอิสระให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอีกอันดับ คือมีสถานที่รับรองรถที่มาใช้ บริการกว้างขวางและมีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน อาชีพอิสระ อาชีพเจ้าของกิจการ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ จัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม) ส่วนอาชีพรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ในด้าน การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่

ด้านบุคลากร/พนักงานให้บริการ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เป็นอันดับแรก เหมือนกัน คือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ,มีความซื่อสัตย์ ส่วนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ในด้านพนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม อาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เหมือนกันในด้าน พนักงานล้างรถมีความชำนาญ ในการให้บริการ และอาชีพอิสระ อาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เหมือนกัน พนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ ส่วนอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ อาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ และอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย

ด้านกระบวนการให้บริการ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพอิสระ อาชีพเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่วนอาชีพข้าราชการ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกันในด้าน ความสะดวกในการรับบริการ และ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกันในด้าน มีการตรวจสอบครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ

ตารางที่ 63 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
คาร์แคร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	5,000 บาทหรือ ต่ำกว่า	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์/ บริการ	ให้ความสำคัญ ด้านความสะดวก (4.58: มากที่สุด)	คุณภาพด้านการ บริการ และให้ ความสำคัญด้าน ความสะดวก เท่ากัน (4.41: มาก)	คุณภาพด้านการ บริการ (4.30: มาก)	ให้ความสำคัญ ด้านความสะดวก (4.80: มากที่สุด)	คุณภาพด้านการ บริการ (4.68: มากที่สุด)
ปัจจัยด้าน ราคา	ราคาคงที่ (4.33: มาก)	ราคาคงที่ (4.20: มาก)	ราคาคงที่ (4.23: มาก)	ราคาคงที่ (4.44: มาก)	ราคาคงที่ (4.39: มาก)
ปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย และสถานที่	สถานที่พักรถที่ กว้างขวาง (4.08: มาก)	ทำเลที่ตั้งของ สถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการ เดินทางทาง (4.23: มาก)	ทำเลที่ตั้งของ สถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการ เดินทางทาง (4.18: มาก)	ทำเลที่ตั้งของ สถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการ เดินทางทาง (4.40: มาก)	มีสถานที่รับรอง รถที่มาใช้บริการ กว้างขวาง มี สถานที่รับรองรถ ที่มาใช้บริการ กว้างขวาง (4.19: มาก)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริม การตลาด	จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แคม) (4.17: มาก)	จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แคม) (4.12: มาก)	การเปิดรับสมัคร เพื่อสิทธิพิเศษ ต่างๆ (4.05: มาก)	จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แคม) (4.56: มากที่สุด)	จัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แคม) (4.39: มาก)
ปัจจัยด้าน บุคลากรและ พนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานรับรถมี ความรู้ ความสามารถใน การให้ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ (4.58: มากที่สุด)	พนักงานในร้านมี ความน่าเชื่อถือ, มี ความซื่อสัตย์ (4.33: มาก)	พนักงานล้างรถมี ความรู้ความ ชำนาญในการ ให้บริการ พนักงานในร้านมี ความน่าเชื่อถือ, มี ความซื่อสัตย์ (4.27: มาก)	พนักงานในร้านมี ความน่าเชื่อถือ, มี ความซื่อสัตย์ (4.56: มากที่สุด)	พนักงาน ประชาสัมพันธ์มี อัธยาศัยดีในการ ให้บริการ (4.55: มากที่สุด)

ตารางที่ 63 (ต่อ) แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ลำดับแรกจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	5,000 บาท หรือต่ำกว่า	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ	มี อุปกรณ์ เครื่องมือที่ ทันสมัย (4.58: มากที่สุด)	มีความปลอดภัย ในทรัพย์สินใน การรับบริการ (4.26: มาก)	ความสะอาด ของสถานที่ และห้องน้ำ (4.11: มาก)	อุปกรณ์ เครื่องมือที่ ทันสมัย (4.60: มาก ที่สุด)	อุปกรณ์ เครื่องมือที่ ทันสมัย (4.42: มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	การให้บริการที่ รวดเร็ว (4.42: มาก)	การให้บริการที่ รวดเร็ว (4.36: มาก)	ความสะดวก ในการเข้ารับ บริการ (4.23: มาก)	การให้บริการที่ รวดเร็ว (4.76: มาก ที่สุด)	การให้บริการที่ รวดเร็ว และ ความสะดวกใน การเข้ารับ บริการ เท่ากัน (4.48: มาก)

จากตารางที่ 63 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลสรุป ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า รายได้ 5,001-10,000 บาท 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ให้ความสำคัญด้านความสะดวก ส่วน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 10,001-20,000 บาทมากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญปัจจัยในคุณภาพด้านการบริการ

ด้านราคา ทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ราคาคนที่

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 5,001-10,000 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง ส่วน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำ 5,000 ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

มากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอีกอันดับ คือมีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ คือ จัดโปรโมชั่น(ลด แลก แจก แถม) ยกเว้นรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในด้าน การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ

ด้านบุคลากร/พนักงานให้บริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่5,001-10,000 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ,มีความซื่อสัตย์ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในด้าน พนักงานล้างรถมีความชำนาญในการให้บริการ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาทหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในด้าน พนักงานรับรถมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆและมากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในด้านพนักงานประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาทหรือต่ำกว่า 20,001-30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย ส่วน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่5,001-10,000 ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ

ด้านกระบวนการให้บริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาทหรือต่ำกว่า ตั้งแต่5,001-10,000 บาท 20,001-30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ การให้บริการที่รวดเร็ว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่10,001-20,000 บาทมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกันในด้าน ความสะดวกในการรับบริการ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาที่จะช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายของธุรกิจคาร์แคร์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจุบันรถยนต์กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการดำเนินชีวิตเพราะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง จึงเป็นที่น่าสนและเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจคาร์แคร์ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ ซึ่งมีการเพิ่มขยายของธุรกิจคาร์แคร์เป็นอย่างมาก ซึ่งผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม

ให้ความสนใจต่อทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และพบปัญหาในการใช้บริการในแต่ละด้านมากเหมือนกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงส่วนประสมการตลาดบริการในการให้บริการคาร์แคร์ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ในด้านความสะดวก รวดลงมา การรับประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับรถ และการใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในขั้นตอนของการให้บริการทุกขั้นตอน โดยเฉพาะในขั้นตอนของการทำความสะอาดรถของลูกค้า ควรใช้วัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาให้บริการ และจัดพื้นที่ให้สามารถให้บริการรถได้ครั้งละหลายๆคันเพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน นอกจากนั้นควรเพิ่มความหลากหลายของบริการ เช่น บริการเติมน้ำกลั่น ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และบริการเปลี่ยนอะไหล่ต่างๆ ให้กับลูกค้า และในการให้บริการแต่ละครั้งควรให้ลูกค้าประเมินระดับความพอใจต่อบริการ โดยทำแบบสำรวจความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ เริ่มตั้งแต่การนำรถเข้ารับบริการ ช่วงระหว่างรอในขณะที่พนักงานทำความสะอาด และควรมีตัวอย่างของวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำความสะอาดให้ลูกค้าได้เห็น ว่ารถของลูกค้ามีความปลอดภัยและไม่เกิดความเสียหายในการมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในด้านราคาคงที่ มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลง มีส่วนลดเงินสด ราคาให้บริการการต่อครั้งเหมาะสม การตั้งราคาของบริการการเสริมต่างๆ และมีการชำระด้วยบัตรเครดิต และปัญหาที่พบมากที่สุดคือการไม่มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน ดังนั้นคาร์แคร์ ควรแจ้งให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการให้ทราบทุกครั้งในการเข้ารับบริการ โดยการติดป้ายบอกราคาค่าบริการแต่ละประเภทให้ชัดเจน หากมีการปรับเปลี่ยนราคาค่าบริการ ควรมีป้ายแจ้งราคาให้กับลูกค้าทราบก่อนใช้บริการล่วงหน้าทุกครั้ง และทางร้านควรมีราคาค่าบริการต่อครั้งที่ชัดเจนเหมาะสม หากมีการปรับเปลี่ยนราคา ควรชี้แจงให้ลูกค้าทราบถึงเหตุผลที่ต้องปรับเปลี่ยนให้กับลูกค้าทราบถึงแต่ละประเภทของบริการเสริม ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร รวมถึงการชำระเงินควรมีการเพิ่มช่องทางต่างๆ ในการชำระเงิน หรือมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าที่ชำระเงินสดเนื่องจาก ลูกค้าโดยส่วนใหญ่ที่เข้ารับบริการมีการชำระเงินค่าบริการเป็นเงินสด เพื่อสร้างความรู้สึที่ดีแก่ลูกค้า

ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทางทาง

มีสถานที่รับรองรถที่มาใช้บริการกว้างขวาง สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง มีสถานที่พักรถที่กว้างขวาง เวลาในการบริการเปิด-ปิด เหมาะสม มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ, ห้องพักลูกค้า และปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ สถานที่พักรถแคบ สถานที่ทำความสะอาด ที่รับรองรถ แคบ ตลอดจน ท่าเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง และไม่มีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน ไม่มีการจองคิวลูกค้า ดังนั้นศูนย์บริการการแคร์จึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องท่าเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า การจัดหาสถานที่รับรองรถของลูกค้าที่มาใช้บริการที่กว้างขวาง โดยการจัดหาพื้นที่ซึ่งอาจเป็นการเช่าพื้นที่บริเวณใกล้เคียงเพื่อเพิ่มสถานที่ในการเข้ารับบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถจอดรถรอรับบริการได้ และทำป้ายบอกสถานที่ให้บริการชัดเจน นอกจากนี้เวลาเปิด-ปิดควรให้มีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ด้านจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีใบปลิวกรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ การให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ และปัญหาที่พบบ่อยคือ ไม่มีบริการรับส่งรถที่มาใช้บริการฟรี และไม่มีการแจ้งเมื่อมีการจัดรายการพิเศษ ดังนั้น ศูนย์บริการการแคร์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงการจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) การเปิดรับสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ ผ่านสื่อแผ่นพับ ใบปลิว แจกให้กับลูกค้าผู้มาใช้บริการ กรณีที่มีการจัดรายการพิเศษ หรือทางศูนย์ฯ มีการให้ส่วนลดค่าบริการ หรือมีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดในช่วงฤดูกาล เช่น มอบของที่ระลึกให้กับลูกค้าที่มารับบริการในเทศกาลหรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น วันคล้ายวันเกิด วันขึ้นปีใหม่ หรือการให้ส่วนลด 10-20 % สำหรับค่าล้างรถ หรือค่าบริการเสริมต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ และเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มาใช้บริการต่อไป

ปัจจัยด้านบุคลากรและพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากด้านพนักงานล้างรถมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ พนักงานล้างรถมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ พนักงานรับชำระเงินให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง พนักงานประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ พนักงานล้างรถมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ พนักงานรับรถมีความชำนาญในการขับเคลื่อนรถ พนักงานในร้านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้ พนักงานในร้านมีการแต่งกายสุภาพเหมาะสม พนักงานล้างรถให้บริการมีเพียงพอต่อลูกค้า พนักงานล้างรถให้บริการอย่างเสมอภาคและมีความสุขภาพ พนักงานรับมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ และปัญหาที่พบบ่อยคือ พนักงานล้างรถให้บริการไม่

เพียงพอลูกค้า ดังนั้นศูนย์บริการลูกค้าควรให้ความสำคัญต่อบุคลากรที่ต้องเกี่ยวข้องกับลูกค้าในทุกระดับ โดยให้ความรู้ที่ถูกต้อง เช่น จัดการฝึกอบรมเทคนิคการให้บริการ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานทุกระดับมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงาน ที่สำคัญควรปลูกฝังหรือสร้างทัศนคติที่ดีให้กับพนักงานในการมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพ และให้บริการด้วยความรวดเร็ว

ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากเรียงลำดับคือ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย ความสะอาดของสถานที่ และห้องน้ำ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ ภายในร้านและภายนอกร้านมีการตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่น มีชื่อเสียงด้านการบริการ ห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ บริเวณที่รอรับบริการมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับพักผ่อน และปัญหาที่พบมากคือ ไม่มีความปลอดภัยในทรัพย์สินในการรับบริการ ดังนั้นศูนย์บริการลูกค้าควรให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของสถานที่ให้บริการ และห้องน้ำ ตลอดจนการนำเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยให้บริการ และควรให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้าผู้มารับบริการ นอกจากนั้นควรตกแต่งภายในร้านและภายนอกร้านให้มีสถานที่ให้ร่มรื่น มีห้องพักรอรับรถกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ บริเวณที่รอรับบริการควรมีมุมหนังสือ โทรทัศน์ สำหรับลูกค้าพักผ่อนขณะรอรับรถ การจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการการออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร และลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้ และทำให้มองเห็นลักษณะทางกายภาพของการบริการได้อย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากเรียงลำดับคือการให้บริการที่รวดเร็ว ความสะดวกในการเข้ารับบริการ มีการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าทุกครั้ง มีการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง มีการประสานงานระหว่างแผนกที่ดี ระยะเวลาการรอรับบริการ (มีการจัดคิวลูกค้า) และมีระบบขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องตามคำสั่ง และปัญหาที่พบมากคือ การเข้าบริการไม่สะดวก ดังนั้นศูนย์บริการลูกค้าควรให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกในการเข้ารับบริการของลูกค้า เริ่มตั้งแต่กระบวนการรับรถที่รวดเร็ว ขั้นตอนการทำความสะอาดที่รวดเร็ว ขั้นตอนการคิดเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง และการตรวจสอบรถครั้งสุดท้ายก่อนการส่งมอบ ซึ่งอาจกำหนดให้มีการตรวจสอบการทำงานของพนักงานว่าเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนดไว้หรือไม่ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อมั่นในกระบวนการให้บริการมากแก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น