

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์  
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING ON PURCHASING DECISION OF  
CAR CARE SERVICE OF CUSTOMERS IN MUEANG  
NAKHONSITHAMMARAT DISTRICT,  
NAKHONSITHAMMARAT PROVINCE

ชฎารัตน์ ศรีนุ่น  
Chadarat Srinoon

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการคาร์แคร์ประเภทล้าง อัดฉีด สถานที่ที่ใช้บริการเป็นร้านบริการทั่วไป ความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ 100-300 บาท เหตุผลในการเข้าใช้บริการร้านบริการดี ล้างรถสะอาด เงื่อนไขการชำระเงินด้วยเงินสด และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมมีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านราคา (Price) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร (People) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการ (Process) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภค

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจในหลายประเทศรวมทั้งในประเทศไทย รัฐบาลได้ให้ความสำคัญและส่งเสริมมาอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเติบโตตามทิศทางภาวะเศรษฐกิจที่คาดว่าจะขยายตัวดีขึ้นรถยนต์เป็นปัจจัยที่ช่วยอำนวยความสะดวกสบายของคนในยุคปัจจุบัน จากจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์โดยเฉพาะธุรกิจคาร์แคร์ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น (ที่มา : แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2566-2568 อุตสาหกรรมรถยนต์ วิจัยกรุงศรี พฤษภาคม 2566 วันที่สืบค้น 8 สิงหาคม 2566)

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีประชากรมากที่สุดในภาคใต้มาก การดำรงชีวิตและการเดินทางมีความจำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเนื่องจากระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุมในทุกเส้นทางภายในจังหวัด ทำให้มีจำนวนผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลภายในจังหวัดเป็นจำนวนมาก จากการเพิ่มจำนวนอย่างต่อเนื่องของจำนวนรถยนต์ภายในจังหวัด ส่งผลให้ธุรกิจคาร์แคร์เปิดบริการอย่างแพร่หลายอยู่ในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะในเขตเทศบาลมีร้านคาร์แคร์เปิดบริการมากกว่า 50 ร้าน จากความต้องการใช้บริการคาร์แคร์ที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคทำให้การแข่งขันในธุรกิจคาร์แคร์สูงขึ้นด้วยเช่นกัน (ที่มา : ฝ่ายพัฒนารายได้ ส่วนพัฒนารายได้ สำนักการคลัง เทศบาลนครศรีธรรมราช)

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงการให้บริการ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การวางแผนในการจัดการบริหารธุรกิจและเพิ่มคุณภาพการบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคให้เหมาะสมต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ที่มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่แตกต่างกัน

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตของพื้นที่การวิจัย คือ เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ขอบเขตเนื้อหา ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชากรที่เคยใช้บริการคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวนทั้งหมด 400 คน
4. ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 30 วัน ตั้งแต่วันที่ 25 พฤศจิกายน 2566- 23 ธันวาคม 2566

## ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

(เหมชาติ สุวพิศ, 2564) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย อายุ เพศ ขนาดของสมาชิกในครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์และสถิติที่วัดได้ ใช้กำหนดตลาดเป้าหมาย เนื่องจากง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น

### 2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

(วรปรีชา กมลลาศน์ ณ อยุรยา, 2558) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคเริ่มจากที่บุคคลได้รับสิ่งเร้ากลายเป็นแรงจูงใจผลักดัน เข้าสู่ขั้นการรับรู้ปัญหาหรือตระหนักถึงปัญหา เกิดการค้นหา ประเมินผลทางเลือกเมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลเพียงพอแล้วขั้นตอนต่อไปก็จะเป็นการกำหนดเกณฑ์สำหรับประเมินขั้นภายหลังจากที่ได้ประเมินทางเลือกอย่างดีที่สุดแล้ว ในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคพร้อมจะซื้อหรือพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเงิน หรือสัญญาที่จะใช้เงิน เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และเกิดพฤติกรรมหลังการซื้อมีทั้งแบบพอใจและไม่พอใจในที่สุด

### 3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

(ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์, 2560) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีส่วนประกอบที่สำคัญซึ่งนำมาประกอบการพิจารณาเพื่อกำหนดตำแหน่งของการบริการและส่วนตลาดของธุรกิจ

บริการแต่ละส่วนของส่วนผสมการตลาดมีความเชื่อมโยง และสอดคล้องกันเพื่อให้การดำเนินงาน ด้านการตลาดประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วยหลัก 7P's ได้แก่

- 1.ผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2.ราคา (Price)
- 3.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- 4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 5.กระบวนการ (Process)
- 6.บุคลากร (People)
- 7.ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1.ลักษณะของประชากร

ประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรที่เคยใช้บริการคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

#### 2.ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่เคยใช้บริการคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Selection) ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนผู้ที่ใช้บริการคาร์แคร์ได้ ผู้วิจัยจึงอ้างอิงสูตรของ W.G. Cochran โดยมีขนาดตัวอย่างของประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่  $\pm 5%$  จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างข้างต้น เท่ากับ 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้เพิ่มเติมเป็น 400 ตัวอย่าง เพื่อความเหมาะสมในการสุ่มตัวอย่าง และป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่ถูกต้อง ครบถ้วน

#### 3.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการเก็บข้อมูล โดยรายละเอียดในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนและอาชีพ จำนวนทั้งหมด 5 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choices) ลักษณะแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ โดยแบบสอบถามจะมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choices) เป็นแบบปลายปิด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวนทั้งหมด 35 ข้อ โดยมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Questions) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ในงานวิจัย

#### 4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

4.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และให้ข้อเสนอแนะ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

4.2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้

4.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด และนำไปวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีความมากกว่า 0.7 ในทุกข้อคำถาม เมื่อได้ค่าความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ จึงนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

#### 5. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

5.1 ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล

5.2 ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sample) ตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดด้วยตนเองควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนทั้งหมด 400 ชุด

5.3 รวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ให้ครบ 400 ชุด ตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม และนำชุดข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ ไปวิเคราะห์ทางสถิติ

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

##### 1. สถิติเชิงพรรณนา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพและระดับการศึกษา โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ประเภทบริการที่ใช้บริการ สถานที่ที่เลือกใช้บริการและความถี่ในการใช้บริการโดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ

3.การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

## 2.สถิติเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชและสถิติ F-Test (One Way ANOVA) ในการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา และพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

## ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช” ได้สรุปผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.ผลการศึกษปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการคาร์แคร์ประเภทล้าง อัดฉีด สถานที่ที่ใช้บริการเป็นร้านบริการทั่วไป ความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ 100-300 บาท เหตุผลในการเข้าใช้บริการร้านบริการดี ล้างรถสะอาด เงื่อนไขการชำระเงินด้วยเงินสด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมมีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านราคา (Price) ) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร (People) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการ (Process) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก

2.ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ( $p=.002^*$ )
2. อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ( $p=.002^*$ )
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ( $p=.000^*$ )
4. อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ( $p=.003^*$ )
5. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน ( $p=.587$ )

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชและระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมกรการใช้บริการคาร์แคร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมกรการใช้บริการคาร์แคร์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. ประเภทบริการที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน ( $p=.852$ )
2. สถานที่เลือกใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ( $p=.024^*$ )
3. ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน ( $p=.468$ )

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ประเภทบริการที่ใช้บริการและความถี่ในการเข้าใช้บริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชและพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์สถานที่เลือกใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### อภิปรายผล

ผลการศึกษา “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรคุณ คณุตยานนท์ (2558) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30 - 39 ปี มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาท รวมถึงผลการศึกษาของ ภาคภูมิ บุญประเสริฐ (2558) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจรของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ผลการศึกษาพบว่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 55,000 บาท และผลการศึกษาของณพวิทย์ วชิราปัญญาพันธ์(2560) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการคาร์แคร์ประเภทล้าง อัดฉีด สถานที่ที่ใช้บริการเป็นร้านบริการทั่วไป ความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ 100-300 บาท เหตุผลในการเข้าใช้บริการร้านบริการดี ล้างรถสะอาด เงียบไขการชำระเงินด้วยเงินสด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรคุณ คณุตยานนท์ (2558) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการคาร์แคร์แบบสแตนดาร์ดโอลนรูปแบบการให้บริการล้างสี ดูปูนและล้างห้องเครื่อง ความถี่เข้าใช้บริการ 2 ครั้ง/เดือน เดือนเข้าใช้บริการช่วงเวลา 10.00-12.00 น.มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ 101-300 บาท รวมถึงผลการศึกษาของ ภาคภูมิ บุญประเสริฐ (2558) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจรของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ 100-300 บาท



สถานที่ที่ใช้บริการเป็นร้านบริการทั่วไป เหตุผลในการเข้าใช้บริการร้านบริการดี ล้างรถสะอาด ใช้บริการคาร์แคร์ประเภทล้างสี ถูฝุ่น และผลการศึกษาของ ฌนพิทย์ วชิราปัญญาพันธ์ ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้บริโภครส่วนใหญ่เลือกใช้บริการตามคุณภาพการและความสะอาดในการดูแลรถ เข้าใช้บริการ 1-5 ครั้ง/เดือน เข้าใช้บริการช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น

ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์(Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร(People) ด้านกระบวนการ (Process)และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมมีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านราคา (Price) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร (People) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการ (Process) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของฌนพิทย์ วชิราปัญญาพันธ์ (2560) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน” ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านราคา (Price) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร (People) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการ (Process) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด รวมถึงผลการศึกษาของภาคภูมิ บุญประเสริฐ (2558) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจรของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านราคา (Price) ) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร (People) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการ (Process)

มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ ภาคภูมิ บุญประเสริฐ (2558) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจรของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ สุรคุณ คณิสต์ยานนท์ (2558) ในการศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ ประกอบด้วย สถานที่ในการใช้บริการ รูปแบบ ของการให้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ วันที่ใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะโดยนำเสนอตามผลการวิจัย ดังนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเลือกใช้น้ำยาทำความสะอาดและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ ทำความสะอาดรถได้สะอาดทั่วถึง มีกลิ่นหอม ทางร้านควรมีบริการที่หลากหลาย สามารถให้บริการได้ครั้งละหลายคันและมีการรับประกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับรถที่เข้าใช้บริการ

2.ด้านราคา ควรตั้งราคาค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ มีป้ายบอกราคา ค่าบริการชัดเจน มองเห็นได้ง่ายและมีการแจ้งราคาให้ทราบก่อนให้บริการทุกครั้ง

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งร้านควรอยู่ในพื้นที่ที่สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ มีสถานที่รองรับผู้รับบริการและสถานที่จอดรถเพียงพอ มีบริการจองคิวเข้าใช้บริการหลายช่องทางและเวลาเปิด-ปิดร้านเหมาะสม

4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ มีโปรโมชั่น หลากหลายสำหรับผู้รับบริการ มีระบบการสมัครสมาชิกและการให้ส่วนลดในเทศกาลต่าง ๆ

5.ด้านบุคลากร พนักงานที่ให้บริการควรมีประสบการณ์ ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความกระตือรือร้น มีความสุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใจ มีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ

6.ด้านกระบวนการ ควรมีการจัดลำดับคิวในการเข้ารับบริการ ให้บริการรวดเร็ว ถูกต้อง สะดวกในการเข้ารับบริการ มีการตรวจสอบก่อนรับ-ส่งรถให้แก่ผู้รับบริการ มีการสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการ

7.บรรยากาศภายในร้านควรมีความสะอาดในทุกๆจุด มีความปลอดภัยของทรัพย์สินที่เข้าใช้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอคอยอย่างเหมาะสม

### เอกสารอ้างอิง

ณพวิทย์ วชิราปัญญานนท์.(2560). ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคภูมิ บุญประเสริฐ.(2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจรของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าของร้านอาหารวอเตอร์ไซด์รีสอร์ท.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วรปรีชา กมลาศน์ ณ อยู่ชยา.(2558).ปัจจัยการเลือกใช้บริการของผู้โดยสารชาวไทยในเส้นทางบินทวีปยุโรป บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).วิทยานิพนธ์ ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต,สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

สุรคุณ คุณสัตยานนท์.(2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เหมชาติ สุพิศ.(2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัด ของผู้บริโภคในพื้นที่ ต.เขาขลุ่ย อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อุตสาหกรรมรถยนต์ วิจัยกรุงศรี พฤษภาคม 2566 .(2566). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2566-25682566 สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2566 จาก ;

<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/hi-tech-industries/automobiles/io/io-automobile-2023-2025>