

พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต

The Behavior of Customers Using Coin-Operated Car Wash Service in Phuket

ศุภกิตต์ ดอกไม้¹ อภิสิทธิ์ สงวนศิลป์¹ วัชรชาติ นิรุติธรรมธรา*² และ วรรัตน์ จงไกรจักร²

Supakit Dokmai¹ Apisit Sangunsil¹ Vacharawadee Niruttithamthara*² and Worrarat Jongkrajik²

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต¹

Undergraduate Students, Business Computer Program, Faculty of Management Sciences Science Phuket Rajabhat University¹

อาจารย์สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต²

Faculty Members, Business Computer Program, Faculty of Management Science Phuket Rajabhat University²

*Corresponding author, e-mail: vacharawadee.n@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการของธุรกิจร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญ 2) การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญ 3) ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญ และผลประโยชน์ ความสะดวกสบายที่ลูกค้าได้รับจากบริการ และ 4) อุปสรรคและปัญหาในการเลือกใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต โดยสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 408 ตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติค่า t การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานะภาพโสดมากที่สุด อายุระหว่าง 21-25 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษามากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไปมากที่สุด ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมาใช้บริการคนเดียว ใช้เวลามากกว่า 15 นาทีขึ้นไป ใช้บริการในรูปแบบล้างเฉพาะภายนอก ช่วงเวลาในการตัดสินใจใช้บริการ คือ ช่วงเวลา 12:00 - 17:59 น. นำรถจักรยานยนต์มาใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคือ ตัวเอง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 101-300 บาท ช่องทางชำระเงินส่วนใหญ่จะชำระเงินผ่านทาง QR พร้อมเพย์ และรับรู้ที่ตั้งของร้านและข่าวสารผ่านทาง ป้ายโฆษณา ด้านค่าใช้จ่ายมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน ข้อมูลนี้สามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้บริการ ร้านล้างรถหยอดเหรียญ ลูกค้า จังหวัดภูเก็ต

Abstract

This research aimed to study (1) the behavior of customers choosing to use the service of coin-operated car wash businesses in Phuket province, (2) the decision-making process in selecting coin-operated car wash service, (3) customer satisfaction with coin-operated car wash service and the benefits and convenience received from the service, and (4) the obstacles and problems faced by customers in selecting the service. A sample of 408 individuals were selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires

and analyzed using descriptive statistics, hypothesis testing using t-statistics, One-way ANOVA, and pairwise comparison. The results indicated that most respondents were male, single, aged between 21 and 25 years, with a bachelor's degree, students, and earning a monthly income of more than 20,000 baht. Most customers used the service alone, spent more than 15 minutes, and opted for external washing only. The decision to use the service was made between 12:00 PM and 5:59 PM, with the majority using motorcycles. The factors influencing their decision were personal preferences, with an average cost per service ranging from 101-300 baht. The most common payment method was via QR PromptPay, and customers learned about the service location and news primarily through billboards. The findings revealed that cost had the greatest influence on the decision to use the coin-operated car wash service at a moderate level, followed by equipment and facilities, and location. The decision to use the service varied significantly by age and occupation at the 0.05 significance level. However, personal factors did not affect customer satisfaction with the service. These findings can be used to improve the efficiency of responding to customer needs and behaviors in coin-operated car wash businesses in Phuket Province.

Keywords: Service Usage Behavior, Coin-operated Car Wash, Customers, Phuket Province

บทนำ

จังหวัดภูเก็ต มีความหลากหลายมากมายทางธุรกิจไม่ว่าจะเป็นในเชิงค้าขาย การบริการและธุรกิจการท่องเที่ยวจึงทำให้มีจำนวนประชากรไม่ว่าจะเป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างพากันหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยว รวมทั้งผู้ที่เข้ามาทำงานเป็นทั้งแรงงานและพนักงานบริษัทต่าง ๆ รวมทั้งเจ้าของธุรกิจต่าง ๆ โดยวัดจากจำนวนประชากรในปี 2564 จำนวน 418,758 คน จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ) จำนวน 3,718,732 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2564) และในปี 2566 จำนวน 423,599 คน และผู้เยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ) จำนวน 11,300,498 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2564) ซึ่งเราจะเห็นได้จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นและคาดว่าจะเพิ่มมากกว่านี้ในจังหวัดภูเก็ต และสิ่งที่ตามมาอันเนื่องมาจากจำนวนประชากรที่เพิ่มคือยานพาหนะ ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์รับจ้าง (TAXI) รถบรรทุก และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น จึงมีการก่อเกิดธุรกิจชนิดหนึ่งขึ้นคือ ธุรกิจคาร์แคร์หรือร้านล้างรถ

ปัจจุบันภายในจังหวัดภูเก็ต มีร้านคาร์แคร์หรือร้านล้างรถมากมายโดยจะมีการแบ่งประเภทหลัก ๆ เป็น 2 ประเภทคือ ร้านล้างรถแบบมีบริการล้างให้ครบวงจร และร้านล้างรถหยอดเหรียญโดยบริการด้วยตัวเอง โดย ณ ปัจจุบันนี้ที่ได้รับความนิยมที่สุดคือ “ร้านล้างรถหยอดเหรียญโดยบริการด้วยตัวเอง” โดยส่วนมากจะพบเจอในกลุ่มของวัยรุ่น วัยทำงานที่มาใช้บริการธุรกิจนี้ อันเนื่องมาจากสามารถกำหนดราคาที่จะใช้ในการล้างรถได้ประกอบกับการที่คนส่วนใหญ่คิดว่าการล้างรถด้วยตัวเองนั้นมีความสุขเพลิดเพลินเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และนอกจากนั้นการล้างรถด้วยตัวเองยังสามารถตรวจสอบเช็ครถอันเป็นที่รักของเราว่ามีร่องรอยจากการขีดข่วนเสียหายตรงไหนหรือไม่นับเป็นการดูแลรักษารถสภาพภายนอกเหนือจากการรักษาโดยการบำรุงเครื่องยนต์ โดยในจังหวัดภูเก็ตนั้น มีร้านล้างรถหยอดเหรียญให้บริการมากกว่า 10 สาขาทั่วจังหวัดภูเก็ต จึงก่อให้เกิดธุรกิจบริการล้างรถหยอดเหรียญขึ้นในจังหวัดภูเก็ต เพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่มีเวลาน้อยต้องใช้รถตลอดเวลา และงบประมาณจำกัด และต้องการดูแลรักษารถในสวยงามเหมือนใหม่ตลอดเวลา (Google. (n.d.). Google Maps. Retrieved, 2024)

ด้วยเหตุนี้ทางผู้จัดทำวิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ตเพื่อทราบถึงความต้องการ ความคิดเห็นในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการประกอบธุรกิจบริการล้างรถแบบหยอดเหรียญรวมถึงเจ้าของกิจการได้นำไปใช้ในการพัฒนาการ และเสริมสร้างความมั่นคงทางธุรกิจเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ตและผลประโยชน์ ความสะดวกสบายที่ลูกค้าได้รับจากบริการ
4. เพื่อศึกษาอุปสรรคและปัญหาในการเลือกใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรของ Cochran (อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2535) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่แบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต
- ตอนที่ 3 การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต
- ตอนที่ 4 อุปสรรคและปัญหาในการเลือกใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต
- ตอนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต
- ตอนที่ 6 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลในเชิงพรรณนาอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยอธิบายและนำเสนอในรูปตารางเป็นร้อยละ โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แสดงถึงมีความคิดเห็นมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 แสดงถึงมีความคิดเห็นมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 แสดงถึงมีความคิดเห็นปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แสดงถึงมีความคิดเห็นน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แสดงถึงมีความคิดเห็นน้อยที่สุด

และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติค่า t (Independent sample t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Dunnett's T3

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต สรุปผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต

ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมาใช้บริการคนเดียว (ร้อยละ 82.7) ใช้เวลามากกว่า 15 นาทีขึ้นไป (ร้อยละ 69.4) ใช้บริการในรูปแบบล้างเฉพาะภายนอก (ร้อยละ 80.2) โดยมีสาเหตุในการเลือกใช้บริการล้างรถส่วนใหญ่ คือ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ร้อยละ 57.3) ช่วงเวลาในการตัดสินใจใช้บริการ คือ ช่วงเวลา 12:00 - 17:59 น. (ร้อยละ 85.0) ส่วนใหญ่นำรถจักรยานยนต์มาใช้บริการ (ร้อยละ 68.4) ผู้มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ คือ ตัวเอง (ร้อยละ 45.7) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 101-300 บาท ร้อยละ 44.9) ช่องทางชำระเงินส่วนใหญ่จะชำระผ่านทาง QR พร้อมเพย์ (ร้อยละ 76.8) และรับรู้ที่ตั้งของร้านและข่าวสารผ่านทาง ป้ายโฆษณา (ร้อยละ 69.5)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต

การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญ ของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับอิทธิพล
ด้านสถานที่	3.02	.631	ปานกลาง
ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.03	.549	ปานกลาง
ด้านค่าใช้จ่าย	3.04	.754	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.03	.393	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ตทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายมีผลต่อการตัดสินใจ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.04, 3.03 และ 3.02) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต และผลประโยชน์ ความสะดวกสบายที่ลูกค้าได้รับจากบริการ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต

ความพึงพอใจของของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถ หยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่ให้บริการและการเข้าถึง	3.06	.739	ปานกลาง
ด้านคุณภาพของบริการ	3.06	.714	ปานกลาง
ด้านราคา	3.05	.740	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการขายและการตลาด	2.98	.696	ปานกลาง
ด้านสภาพแวดล้อมและการดูแลรักษา	2.97	.725	ปานกลาง
ด้านกระบวนการและระบบการบริการ	3.00	.739	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.02	0.360	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ตทุกปัจจัยอยู่ระดับปานกลาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ ด้านสถานที่ให้บริการและการเข้าถึงและด้านคุณภาพของบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.06) ด้านราคา ด้านกระบวนการและระบบการบริการ ด้านการส่งเสริมการขายและการตลาด และ ด้านสภาพแวดล้อมและการดูแลรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.05, 3.00, 2.98 และ 2.97) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาอุปสรรคและปัญหาในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต
ตารางที่ 3. ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอุปสรรคและปัญหาในการเลือกใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต

อุปสรรคและปัญหาในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับปัญหา
ปัญหาด้านสถานที่	3.03	.572	ปัญหาระดับปานกลาง
ปัญหาด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.02	.389	ปัญหาระดับปานกลาง
ปัญหาค่าใช้จ่ายและระบบของตู้หยอดเหรียญ	3.01	.563	ปัญหาระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.02	.331	ปัญหาระดับปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า อุปสรรคและปัญหาในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ตทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ ปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และ ปัญหาค่าใช้จ่ายและระบบของตู้หยอดเหรียญ (ค่าเฉลี่ย 3.03, 3.02 และ 3.01) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่ส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต” พบประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมาใช้บริการคนเดียว ระยะเวลาในการใช้งาน มากกว่า 15 นาทีขึ้นไป ใช้บริการในรูปแบบล้างเฉพาะภายนอก โดยมีสาเหตุในการเลือกใช้บริการล้างรถ คือ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ช่วงเวลาในการตัดสินใจใช้บริการ คือ ช่วงเวลา 12:00 - 17:59 น. นำรถจักรยานยนต์มาใช้บริการ ผู้มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ คือ ตนเอง (ร้อยละ 45.7) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 101-300 บาท (ช่องทางชำระเงินส่วนใหญ่จะชำระผ่านทาง QR พร้อมเพย์ และรับรู้ที่ตั้งของร้านและข่าวสารผ่านทาง ป้ายโฆษณา ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ พิทักษ์ เคือคำ และ ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ (2560) ที่ศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่คือเพศชาย อายุ 30 - 39 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการใช้บริการ โดยมีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ เป็นตนเอง ใช้บริการโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน วันเสาร์- วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 13.01 - 16.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 301 - 500 บาท ใช้บริการคาร์แคร์ในห้างสรรพสินค้าบางครั้ง ใช้บริการคาร์แคร์ในปั้มน้ำมันบางครั้ง และใช้บริการคาร์แคร์ในแบบสแตนดอลอนบางครั้ง รูปแบบการให้บริการส่วนใหญ่ล้างรถ ดูฝุ่นบอย เคลือบสีล้างห้อง เครื่องยนต์เกือบไม่เคย และฟอกทำความสะอาดภายในห้องโดยสารบางครั้งให้ระดับความสำคัญภาพรวม คือ

เห็นด้วยมาก ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการที่มีมาตรฐานการให้บริการมี ความสม่ำเสมอ สถานที่ให้บริการ และด้านรูปแบบของการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์

2. ผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 56.0) มีสถานะภาพโสดมากที่สุด (ร้อยละ 69.9) มีอายุระหว่าง 21-25 ปี (ร้อยละ 47.9) มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 76.0) ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 44.5) และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป มากที่สุด (ร้อยละ 45.8) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ณพวิทย์ วชิราปัญญานนท์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานะภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,000-20,000 บาท

3. อายุ และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สิริภัทร์ โชติช่วง, กิตติ์ อ่อนเกลี้ยง, เปมิศา ช่วยปะทิว, จันทร์จิรา เกตุแก้ว, ณภัทร ห่อหุ้ม, ดลยา หุยทองคำ และปัทมา เดชา (2562) ศึกษา เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ ในห้างสรรพสินค้า อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการทดสอบสมมติฐานอายุและอาชีพ พบว่า อายุและอาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ในห้างสรรพสินค้าที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่ พบว่า ความสะอาด บริเวณสถานที่และรอบข้างมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับวิจัย ภคพล ชาญณรงค์ และ ณกมล จันทรสม (2564) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้ใช้รถยนต์ และเป็นเจ้าของรถยนต์ในอำเภออัญมณีจังหวัดปทุมธานี ผลวิจัย พบว่า ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของทางร้าน โดยผู้ประกอบการควรดูแลเรื่องความสะอาด เช่น การทำความสะอาดร้านอยู่เสมอ อย่าทำให้มีกลิ่นหรือสิ่งประดิษฐ์ รบกวนผู้มาใช้บริการกับทางร้านได้ เป็นต้น

5. การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต ภาพรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าใช้จ่ายมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ เอกภพ จงสุข, ธัญวัฒน์ พรหมวิเศษ, ภาวิกา ขุนจันทร์ และวีระพล สุขสมบูรณ์ ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายสินค้าแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต จากการศึกษา พบว่า ทศนคติในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายสินค้าแบบหยอดเหรียญของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ตนั้นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย โดยมีประเด็นทัศนคติในด้านราคา (Price) (ค่าเฉลี่ย 4.16) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (ค่าเฉลี่ย 4.08) และด้านการจัดจำหน่าย (Place) (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

สรุป

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานะภาพโสดมากที่สุด อายุระหว่าง 21-25 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษามากที่สุด และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไปมากที่สุด ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมาใช้บริการคนเดียว ใช้เวลามากกว่า 15 นาทีขึ้นไป ใช้บริการในรูปแบบล้างเฉพาะภายนอก ช่วงเวลาในการตัดสินใจใช้บริการคือช่วงเวลา 12:00 - 17:59 น. ส่วนใหญ่นำรถจักรยานมาใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ คือ ตัวเอง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 101-300 บาท ช่องทางชำระเงินส่วนใหญ่จะชำระผ่านทาง QR พร้อมเพย์ และรับรู้ที่ตั้งของร้านและข่าวสารผ่านทาง ป้ายโฆษณา การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต โดยด้านค่าใช้จ่ายมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ตที่มี อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา “การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต” ผู้วิจัยได้รับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้าจากผลงานวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. ควรนำข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ไปพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สินค้ามีความหลากหลาย เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกช่วงอายุ ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ และทุกระดับรายได้ต่อเนื่อง เพื่อให้ครอบคลุมทั้งหมดทั้งด้านสินค้าและบริการ
2. เจ้าของธุรกิจร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญ ควรเพิ่มอุปกรณ์ในการทำความสะอาดตัวรถหรือเพิ่มประสิทธิภาพของโฟมหรือน้ำยาล้างรถให้สามารถขัดคราบหรือสลายคราบได้ดีกว่าแบบเดิม
3. ควรเพิ่มระบบการจองคิวล่วงหน้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกเวลาที่สะดวกและลดการรอคิวทำให้ลูกค้าที่ต้องมารับบริการไม่เสียเวลาและไม่สิ้นเปลืองพื้นที่ในการจอดรถรอคิวการเข้ารับบริการ
4. เจ้าของธุรกิจร้านล้างรถแบบหยอดเหรียญ ควรดูแลประสิทธิภาพและความปลอดภัยของระบบและอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการใช้งานอยู่เสมอ รวมไปถึงความปลอดภัยในด้านของผู้ที่มาใช้บริการ
5. ทางร้านสถานประกอบการธุรกิจล้างรถแบบหยอดเหรียญควรจัดทำสถานที่ให้ผู้มารับบริการที่มารอต่อคิวหรือมารอใช้บริการที่มาด้วยกัน เช่น พ่อพาลูกมาใช้บริการควรจัดทำมุมให้สำหรับนั่งรอ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรเพิ่มขอบเขตการศึกษา ศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น ที่มีลักษณะภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เช่น พื้นที่เมืองใหญ่ พื้นที่ชนบท หรือจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการ พิจารณาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ เช่น รายได้ต่อครัวเรือน ระดับการศึกษา เป็นต้น
2. เพิ่มตัวแปรที่ศึกษา ศึกษาปัจจัยด้าน สิ่งแวดล้อม เช่น การประหยัดน้ำ การลดมลภาวะ หรือความยั่งยืนที่ลูกค้ามองหาเทคโนโลยีและการตัดสินใจ เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการค้นหาร้านหรือจองเวลา เป็นต้น
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบ ระหว่าง ร้านล้างรถหยอดเหรียญ และร้านล้างรถแบบดั้งเดิม เพื่อหาจุดเด่นและข้อจำกัดของแต่ละรูปแบบ
4. ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานในระยะยาว เพื่อดูแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง เช่น การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของความนิยมในการใช้บริการ ศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ที่อาจมีผลต่อการเลือกใช้บริการ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จารุวรรณ เหลืองบำรุงรักษา. (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น, กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- พิทักษ์ เคื้อคำ และ ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภค เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ภคพล ชาญณรงค์ และ ณกมล จันทร์สม. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้ใช้รถยนต์ และเป็นเจ้าของรถยนต์ในอำเภออัญบุรี จังหวัดปทุมธานี (รายงานการวิจัย), มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ภาสวิญญ์ ตู๋ทับทิม. (2564). แผนธุรกิจคาร์แคร์ Super G Carwash (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สาขาความเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ.
- ณพวิทย์ วชิราปัญญาพันธ์. (2560). ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศักดิ์ธัช ศักดิ์แก้ว. (2564). ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านล้างรถ “24 Cafe’ Car Care กาแฟสด” อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สิริภัทร โชติช่วง, กิตติ์ อ่อนเกลี้ยง เปมิศา ช่วยปะทิว, จันทร์จิรา เกตุแก้ว, ณภัทร ห่อหุ้ม, ดลยา หยุทองคำ และปัทมา เตชะ.

(2562). รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ในห้างสรรพสินค้า อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารธุรกิจปริทัศน์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 11(2), 1-7.

สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2566). *สถิติประชากรและข้อมูลพื้นที่จังหวัดภูเก็ต*. ค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2566.

เอกภพ จงสุข,ธัญวัฒน์ พรหมวิเศษ,ภาวิกา ขุนจันทร์ และวีระพล สุขสมบูรณ์. (2566). พฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายสินค้าแบบหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ. *ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 ประจำปีการศึกษา 2566 “Silver Economy: A Golden Opportunity for the Future เศรษฐกิจผู้สูงอายุ: โอกาสทองของอนาคต”* 1 มีนาคม 2567 วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้: E100-OE107.

Google. (2024). *ร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต*. Google Maps. ค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2024, จาก

<https://www.google.com/maps/search>,